

緑茶リーフの流通と生産・消費拡大戦略

—海外市場ならびにドリンク・応用製品市場の動向を視野に入れて—

The New Strategy of Delivery and Production in Green Tea Leaves

田 口 敏 行

Toshiyuki TAGUCHI

(平成12年10月2日受理)

静岡における茶産業は、茶葉（リーフ）の生産量で国内トップであり、県内の産業群のなかでも有力な産業として位置づけることができる。しかしながら、80年代以降、茶園面積は下降傾向にあり、リーフの卸・小売量も総じて低下傾向にある。静岡に限ったことではないが、緑茶リーフの消費量が減少しつつある。反面で、茶系ドリンク市場の成長が若年層を中心として目立ち、最近では、リーフの消費量をドリンクの消費量が上回るという状況に及んでいる。確実に緑茶の消費の仕方が変化してきており、茶の消費は、「嗜好飲料」としての茶から「ドリンク飲料」としての茶へとシフトしてきているといえる。水出し煎茶や粉茶・粉末茶といった製品もかなり市場に出回り、伝統的な緑茶リーフを使って「旨み」や「味わい」を志向するよりも、簡便性・利便性を志向する消費環境が強まってきている。一方飲料以外では、緑茶の成分の持つ効能が注目され、健康食品への応用、多機能性食品素材や関連製品への応用、そして各種の工業用途への応用など、多種多様な広がりを持つ。その幅や新製品は、年々すそ野を広げているといえる。

全体的には、茶産業はドリンク系や飲料以外での緑茶成分の応用などにより、「上向き傾向」にあると判断できるものの、国内リーフ生産・消費の伸び悩みや輸入リーフの増大など、リーフ業界の低迷は否めず、茶産業の構造的な変化に影響を及ぼす要因が大きくなっている。ドリンク系の伸びや成分の持つ効能を活用しての緑茶関連製品の広がりに関してはプラスの要因であるが、飲料であろうと飲料以外であろうと素材はリーフであり、国内リーフ（特に静岡産）の活用の増大を図ることは、茶産業の今後の発展にとって、やはり骨格となる課題といえる。国産リーフが減少し、輸入リーフが増大していくといった傾向などが続けば、国産リーフの調製弁としての輸入リーフも、調製弁ではなく、構造的に不可欠なルートとなり、質となり、量となっていく可能性もある。

そこで、本稿では、海外からの緑茶リーフの輸入や世界の緑茶マーケットにおける国産リーフの位置づけ・競争力、輸出入を含めた流通構造、そして、ドリンク市場ならびに各種の応用製品市場の動向を視野に入れながら、リーフの生産や消費の拡大に向けた戦略を筆者なりに構想したものである。

1. 世界における緑茶の生産と流通

1) 生産と輸出

まずはじめに、世界における緑茶の生産量と流通の様子を概観しておく(図表-1)。「茶」というと、我々日本人の場合、「緑茶」がすぐにイメージされるが、通常「茶」は、「紅茶 (black tea)」、「緑茶 (green tea)」、「ウーロン茶 (oolong tea)」という種類に大きく区分される。世界の統計上においては、「Tea」というひとくくりで数値化されることが多いが、詳しく区分される場合、主に「紅茶 (black tea)」、「緑茶 (green tea)」で区分される場合が多い¹⁾。茶の生産量や消費量、流通量を見る場合、そうした種類に注意する必要がある。また、世界的なレベルで見ると、茶の消費や流通においては、非常に荒っぽい見方ではあるが、「紅茶 (black tea)」が7割から8割のシェアを持っており、最もメジャーな飲料原料である。目安として、図表-1 から、97年ベースで概算してみる²⁾。「世界の茶の生産量及び輸出量」においての「全世界の茶総計」と「緑茶の生産量の計」により、緑茶の占める割合は、22.5%である。緑茶市場は世界では2割強という状況であり、その他ほとんどは紅茶が占めているとみていい。そうしたことを念頭に置きながら、本稿では、「緑茶 (green tea)」に限定して整理していく。

図表-1(a) 緑茶の国別生産及び輸出量の推移

国名	区分	1975	1980	1985	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
インド	生産量	7,259	8,455	8,466	8,000	8,000	8,000	6,500	7,485	7,018	8,172	8,274	8,271	8,616
	輸出量	1,931	1,037	1,629	3,000	3,000	3,000	2,500	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
バングラディシュ	生産量	-	407	957	948	1,398	1,278	1,136	927	1,042	505	131	139	193
	輸出量	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
スリランカ	生産量	-	-	1,211	964	909	805	419	1,405	1,349	463	542	567	618
	輸出量	-	-	1,269	21	418	29	400	691	744	798	399	473	474
インドネシア	生産量	14,096	20,489	34,285	32,500	34,000	32,950	35,000	33,000	31,814	33,000	36,000	36,000	38,000
	輸出量	29	104	118	1,518	1,733	2,597	4,530	11,227	7,593	3,234	4,325	4,385	3,535
中国	生産量	...	178,450	238,455	314,300	332,500	357,4	388,302	420,721	402,877	413,784	422,252	443,184	480,211
	輸出量	*32,802	48,718	80,659	87,802	82,730	84,328	86,316	88,428	82,723	66,882	55,886	78,776	111,712
台湾	生産量	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	輸出量	11,805	10,587	2,454	1,816	1,012	883	1,062	774	757	811	1,166	891	357
日本	生産量	5,488	102,300	95,500	90,500	89,900	87,900	92,000	92,100	86,300	84,800	88,700	91,200	82,600
	輸出量	2,198	2,669	1,762	635	283	253	305	311	461	428	499	499	652
ベトナム	生産量	18,000	15,900	22,900	22,300	23,800	24,400	25,200	25,900	28,100	29,800	29,600	33,300	31,000
	輸出量	3,400	9,000	10,000	10,900	9,800	10,000	10,000	8,000	6,000	5,500	6,500	7,200	8,800
ロシア	生産量	17,300	26,000	30,400	25,400	26,200	23,200	11,000	8,000	3,600	2,000	1,800	3,200	3,600
	輸出量	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
計 (その他を含まない)	生産量	162,103	351,584	431,217	501,512	522,507	539,633	564,357	587,538	560,751	569,524	585,099	613,541	644,838
	輸出量	52,165	72,095	77,891	105,692	98,976	101,090	101,061	111,425	102,125	81,386	71,684	95,024	126,530

参考	区分	1985	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
世界の茶の生産量及び輸出量	茶総計	2,289,969	2,444,726	2,538,247	2,580,670	2,435,954	2,550,486	2,518,394	2,520,728	2,639,047	2,723,809	2,962,59
	(全世界) 輸出量	953,256	1,123,996	1,133,795	1,076,975	1,015,218	1,152,375	1,031,473	1,079,214	1,113,170	1,177,466	1,285,328

1 International Tea Committee (Annual Bulletin of Statistics)

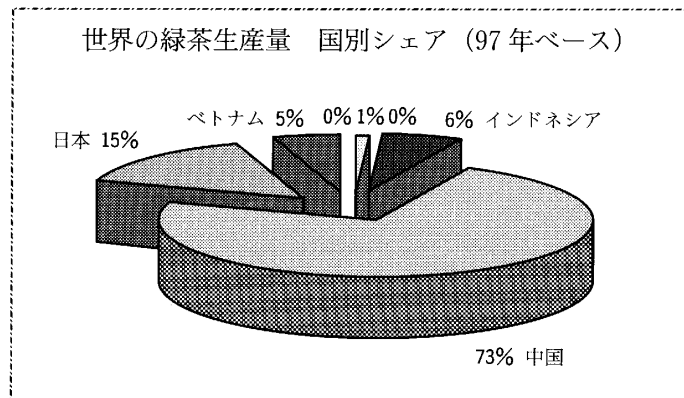
2 中国の輸出量のうち*印には、「その他の茶」(緑茶、紅茶以外のもの)を含む

(出所) 日本茶輸出組合 谷本氏より提供。

世界における緑茶の国別生産量(荒茶生産量)からみていく。主力となる生産国は、中国、日本、インドネシア、ベトナムの4ヶ国といえる(ただし、台湾の生産量データが表示されておらず、不十分さはある)。やはり97年ベースで見ていくが、世界の緑茶の73%を中国が生産し、日本は15%の生産シェアである。緑茶(リーフ)といっても、煎茶のような形で消費されたり、各種のドリンクとして、あるいはさまざまな加工形態として消費されていくものであるが、世界における緑茶の生産拠点は中国であり、その供給量も7割以上を占め、他国を圧倒している(図表-1(b))。主要国の生産量の推移では、中国は、ほぼ一貫して生産量を伸ばしており、50万トン近くに達している。ベトナムも98年に減量がみ

られるが、ほぼ一貫して生産量を伸ばしているといえる。日本とインドネシアは、年度毎にばらつきがある。ただ、インドネシアは、94年以降生産量を伸ばしているが、日本の場合、97年には、9万トンを超える生産量であったが、98年には8万2千トンへと減らしている。

図表－1(b)



(出所) 図表－1(a)を参照して、筆者作成。

日本の場合、この数字だけでは、減少傾向にあるかないかの判断はつかない。ごく最近の状況を少し見ておく。99年、2000年上半期の数字は入手できなかったが、農林省（農林水産統計観測審議会）の平成11年度「農業観測」ならびに、「平成12年産穀物及び特産物の需給等の見通し」によると、生産量は次のように観測されていた³⁾。

「茶の栽培面積は近年減少傾向で推移しており、十年は一・二%の減少となった。十一年産の茶の栽培面積は、高齢化等による小規模農家の栽培中止等から、わずかに減少すると見込まれる。荒茶生産量は、栽培面積が減少すると見込まれるものの、生産団体の生産拡大に向けた取組等から、かなりの程度増加すると見込まれる」（平成11年度「農業観測」）。

「12年産の茶の栽培面積は、高齢化等による小規模農家の栽培中止等から、わずかに減少すると見込まれる。12年産の荒茶生産量は、栽培面積が減少すると見込まれるものの、国内消費がほぼ前年並みになると見込まれることに加え、海外における緑茶への関心が高いことにより輸出が増加するとみられることから、わずかに増加すると見込まれる」（「平成12年産穀物及び特産物の需給等の見通し」）。

具体的な数字の裏付けはないが、ごく最近は、生産量の回復が見込まれている。ただ、担い手の減少や高齢化による労働の量、質の一層の低下、都市化・地域開発による茶園面積の減少など、生産構造の弱体化が危惧される。

さて、図表－1より、今度は輸出量の推移に眼を転じてみると、日本の大きな特徴がよく分かる。生産量に比して、輸出量が著しく少ない。主力生産国である4ヶ国のなかでも、輸出量は格段に少なく、生産量に占める輸出量の割合では、日本は、わずか0.5%を輸出にまわしているに過ぎない。生産量のほとんどが国内で消費されるといった構造がある。ほんの1%にも満たないわずかな量を海外に向けて輸出している。明治後期・大正時代に緑茶はコンスタントに1万5千トンを超える輸出高を持ち、生糸とならんで日本の重要な輸出品目であった。1989年に1,000トン进行わり込み、そうした激しい輸出の減少は、日本の緑

茶の最も大きな特徴といえる。ただ、絶対量は微量であるが、90年代は、わずかずつほぼ一貫して増加に転じている。なお、日本からの輸出先としては、アメリカとドイツが主である⁴⁾。

日本以外の特徴としては、ベトナムが生産量の21.6%を輸出しており、生産量に対する輸出割合の多い国である。ただ、量的には、中国の輸出量は極めて大きく、97年ベースで78,776トンに及び、輸出量の総計に占める輸出割合は82.7%にのぼる。つまり、世界で流通している緑茶の8割強が中国産であるということである。

図表－1(c) 主力4ヶ国の各種輸出割合（'97）

	各国の輸出量 各国の生産量	各国の輸出量 輸出量総計
インドネシア	12.2%	4.6%
中 国	17.8%	82.9%
日 本	0.5%	0.5%
ベ ト ナ ム	21.6%	7.6%

（出所）図表－1(a)を参照して、筆者作成。

2) 輸入（中国・ベトナム）と流通・消費

では、日本における緑茶（荒茶）の輸入量や主な輸入先、国内消費量はこういった状況であろうか。さらに、先の生産量や輸出量などと合わせて考えてみて、需給構造・流通構造を検討してみる。残念ながら、輸入量についての具体的なデータが入手できていない。どの国から何トンの輸入があるのか、時系列のデータがほしいところであるが、未だ入手できずにいる。ただし、各種の記事や調査・報告書などから関連する情報を入手し、それらを集めながら、できる範囲で整理しておく。輸入に関しては、下記のような記事・データを収集した⁵⁾。所々で輸入量の数字が分かる。大きな特徴は、96年、97年と2年連続で緑茶輸入量が1万トンを超えているということ、そしてその後、98年は激減したものの、99年、2000年とまた増加に転じているという傾向で推移している様子である。

○「平成12年産穀物及び特産物の需給等の見通し」：農林省（農林水産統計観測審議会）

緑茶の輸入量は、前年からの繰越在庫量が多いこと、国内生産量が増加すると見込まれることから、大幅に減少すると見込まれる。

○平成11年度「農業観測」：農林省（農林水産統計観測審議会）

緑茶の輸入量は、前年からの繰越量が五八・〇％減の七千六百トンと大幅に減少していること、消費者の健康志向による需要が拡大するとみられることから、下級茶や成分抽出用の需要を中心として、かなりの程度増加すると見込まれる。

○「平成茶考」（南日本新聞 平成11年3月16日掲載：南日本新聞・静岡新聞 合同企画）

- ・一方、96、97年と2年連続で緑茶輸入量が1万トンを超えるなど、日本茶にも新たな国際化の波が押し寄せてきた。
- ・98年は緑茶輸入量が激減した。97年、日本の茶相場が低迷し、それまで外国緑茶に依存していた価格帯まで国内産茶で間に合ったため、外国緑茶がだぶついたのが原因とされる。
- ・輸入緑茶は投機性が高く、今のところ日本の茶需給の調整弁の性格が強い。だが、それでも98年は6,400

トンが輸入された。日本の年間茶需要量は10万トンとはじかれている。生産基盤弱体化により、必要量を国内生産では賄えきれなくなった現状は楽観できない。

○(社)静岡県茶業会議所（お茶の流通・販売）

平成8年の緑茶の輸入は10,824トンでした。中国、ベトナム、台湾などから輸入されています。輸入茶を販売する場合、原産国の表示が義務付けられています。もちろん店頭で煎茶として販売されているものもありますがカテキン抽出用など、工業用原料として使用されている場合が多いようです。

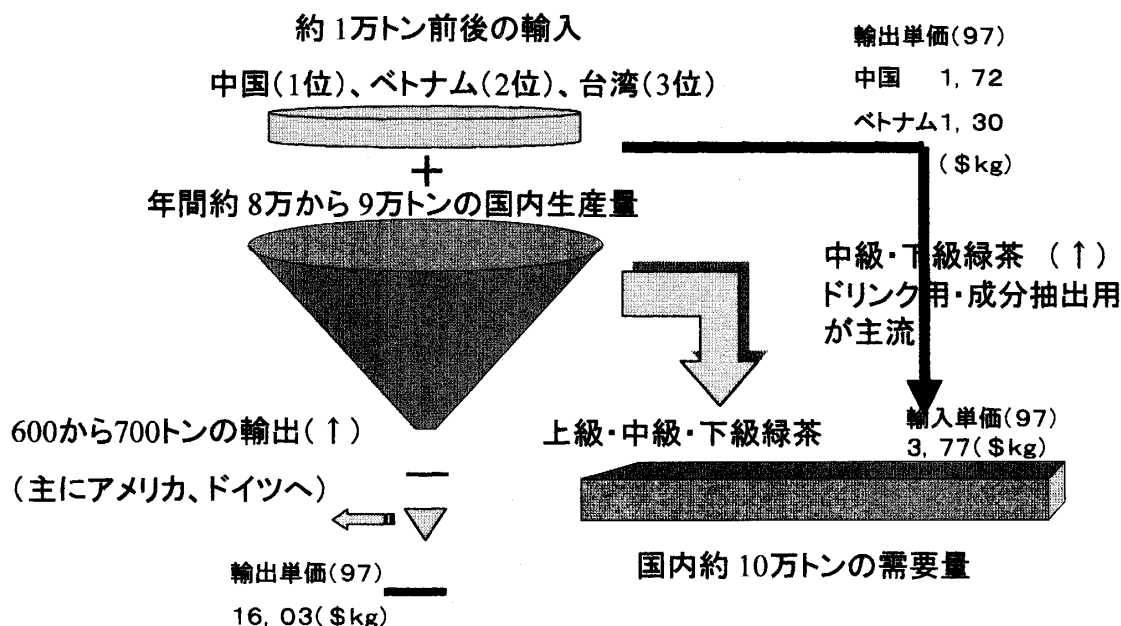
○静岡県茶業試験場

（社会経済情勢）担い手の減少や高齢化による労働の量、質の一層の低下や都市化・地域開発による茶園面積の減少など、生産構造の弱体化が危惧されるとともに、肥料、農薬の使用による環境負荷対策が緊急となっています。一方、健康重視の志向が進み、茶の機能性に対する関心が一層高まりつつあり、農村及び茶園のもつ公益的機能への意識も高まってきています。また、国内緑茶市場への外国からの中下級茶の輸入拡大や開発輸入も促進されてきている情勢にあります。

（流通・消費環境）量販店販売や通信販売、自販など直販の拡大による流通形態の多様化が予想され、世界的な自然健康志向から輸出の増加が予想されますが、中下級茶は輸入茶との競合による低価格化が懸念されています。味、香りに特徴のある良質茶の需要が増加するとみられますが、消費者ニーズはさらに多様化し、新飲料、食べる茶から食品素材などの新用途の需要が高まるとともに、製薬や食品関連の異業種企業の参入が進展すると考えられます。

96、97年に1万トンを超える輸入があり、98年は6,400トンと減少した。98年の減少は、97年に日本の茶相場が低迷し、それまで外国緑茶に依存していた価格帯まで国内産茶で間に合ったため、外国緑茶がだぶついたことに原因があった⁶⁾。しかし、去年や今年は、また輸入量が増加している傾向がある。具体的な数字は判明しないが、輸出量に比べ輸入量は大変大きい。「輸入緑茶は投機性が高く、今のところ日本の茶需給の調整弁の性格が強い」という記事にあるような構造を呈しているといえよう。というのも、「日本の年間茶需要量は10万トンとはじかれている」とあるように、需要量が10万トン前後であるとする、生産量が8万から9万トン前後あり、確かに1万トン前後の不足がある。その分を輸入で補うという推測はできる。「下級茶や成分抽出用の需要を中心として、かなりの程度増加すると見込まれる」とすると、輸入茶は、中級・下級クラスの緑茶として、あるいは応用製品への原材料として輸入されている可能性が高い。また、「中下級茶は輸入茶との競合による低価格化が懸念されています。味、香りに特徴のある良質茶の需要が増加するとみられます」とすると、「需給構造の調整弁」としては、やはり、中級・下級クラスの緑茶の消費に当てるために輸入目的がおかれていると予想できる。素朴ではあるが、流通構造を図式化してみた（図表－2）。

図表-2 緑茶の流通構造



(出所) 筆者作成

ちなみに、主な日本の輸入先国である中国、ベトナム、台湾の状況をできる限りでサーベイしておく。まず、中国から整理する。

中国の年間生産量は、40万から50万トン前後であり、日本向けの生産拠点は、江省、福建省、安徽省など約30拠点存在している。日本への輸出国としてはトップである。特に江省は年間約10万トンを生産し、うち半分の5万トンを輸出向けにしている。「主要輸出先は北アフリカ。健康ブームでよく売れる欧米にも力を入れています。それにここ数年は高まる国内需要への対応が輸出振興よりも課題」という状況がある。特に日本に輸出される緑茶は、日本向けの蒸し製緑茶であり、日本との合弁企業を作っている場合が多いという報告がある。例えば、伊藤園との合弁企業＝寧波舜伊茶業有限公司（浙江省余姚市）などが典型である。1970年代頃から茶産地であり、「余姚茶場」と呼ばれる生産組織が置かれていた。1994年伊藤園が60%、余姚茶場が30%を出資して設立されている。それまでの釜炒り製玉緑茶の生産設備を日本から持ち込んだ中古の蒸し製茶ラインに置き換えて再スタートを切ったものであった（摘採は可変式の機械）。このケースの場合、輸出は親会社である伊藤園向けにされており、そうした意味では特殊性がある。社長は日本人であり、各種の指導をし、数量的にはわずかであるが、最高水準の日本向け緑茶を輸出にまわしている。それでも、親会社はリーフ用買い取ってくれず、ドリンクやティーバックどまりであるという。また、そうした日本の親会社向けに輸出する合弁会社だけでなく、台湾資本の合弁会社や中国人だけの会社もあり、生産される緑茶は、成分抽出用やほうじ茶の原料レベルのものから、リーフ用まで幅があるといった報告もある。また、その他の事例としては、「中国製日本茶」のパイオニア的な企業に「三明」がある。中国に進出し合弁会社を設立した。一時は年間生産能力2,500トンにまで拡大したが、97年、98年の国内相場のあおりを受けて経営が行き詰まるという事例もある。「98年3月期の売上高29億円（前期比47%増）と急成長の裏で、中国製日本茶を使った新商品の販売不振や大手スーパーへの販路拡大の

投資がかさんだ」という分析もある⁸⁾。

中国に関して最後に、ごく最近の動向を整理しておく⁹⁾。中国茶の代表格、浙江省の緑茶の生産量と価格の動向に異変がある。茶葉全体の市況が不振であるため生産量の調整がなされる一方で、高級茶の値は高まっており、今後は高級茶により重点を置いた生産のシフトが予想されている。中国にはいろいろな種類のお茶があり、烏龍（ウーロン）茶、緑茶、プーアル茶、ジャスミン茶等、日本でも馴染みのお茶も多い。その内、一般に高級茶と言われるものの代表に「龍井（ロンジン）茶」の名で知られる浙江省西湖近辺の緑茶がある。中でも「獅峰龍井茶」という銘柄は最高級品とされており、新茶の場合、北京では500グラムあたり1,000元（約13,000円）という価格で店頭に並んでいる。浙江省の農業部門の統計では、2000年新茶（春期生産分）の出荷量は5.95万トンと、前年同期比で12.6%もの減産となっている。このうち「名優茶」とランク付けされる高級茶は1.68万トンで、前年比1.9%の減産である。この結果、出荷額は新茶全体で13.7億元となり前年比3.0%の減額となったが、「名優茶」は10.9億元で1.9%の増額となり、全体の出荷額が伸び悩む中で、高級品は却って値上がりしている。中国では、茶葉の大衆品の市況が低迷しており、栽培面積が毎年減少する傾向にある。気候の原因が主で、昨冬の気温が低かったため、新茶の摘み取りが半月以上遅れた上、5月末には高温期に入ってしまう、質の良い茶葉を摘み取れる時期が極端に短かった。産地では、こうした現象を踏まえ、今後は高価格で売れる高級品種の増産に取り組む一方、全体の栽培面積は引き続き減らす方向で調整する方針であるという。高級茶は国際的にも需要が高まっていることから、今後も高級茶の高値と、それを見越した高級茶への生産シフトが続くものと見られている。輸出される緑茶とは直接関係ないが、高級茶へのシフトが中国国内で見られる。数字の裏付けはないが、「茶葉の大衆品の市況が低迷しており、栽培面積が毎年減少する傾向にある」という点、そして、「高級茶は国際的にも需要が高まっている」という点など、リーフの消費や市場拡大に向けての高級茶を中心とした戦略構想を伺えるものといえる。

一方ベトナムの緑茶事情であるが、日本への輸出は、中国に次いで2位である。ただし、輸出の歴史は浅く、1991年の27万トンから始まっている¹⁰⁾。96年、98年という日本が1万トン以上輸入をしたときには、ベトナムからの輸出も1,400トンまで増大した。しかし、98年の輸入の減少期には、ベトナムからの輸入も145トンへと激減している。ベトナムで94年に事業を開始した製茶問屋「まるやす」（三重県四日市市）の事例から、様子をみてみる。

同社は、94年に日商岩井とともにベトナムの製茶・貿易公社「ビナ・ティー」と提携し事業を開始した。日本側は、日本茶用の蒸し式製茶機械を無償で貸与し、2人の技術指導員を派遣した。その代わりにその機械で日本茶となったベトナム在来種の緑茶は、「まるやす」と日商岩井が日本に独占して販売できるという契約を結んでいる。日本式の機械を導入する以前は、「ビナ・ティー」傘下の工場では、在来種を紅茶に製茶し主にロシアに輸出していた。そのルートが減少してきた矢先に日本側との契約を結び、日本式の機械導入後、1工場（タイグエン省ソウカン）3年目で400トンを日本に輸出している。その後2つめの製茶工場（ソンラ省モクチャウ）にも同種の機械が導入され、2工場から570トンが輸出されている。ところが、98年にはゼロにまで落ち込んでいた。理由は、下級茶市場がだぶついた上に、円安が1ドル140円台にまで進んだことが原因していた。

たった1つの事例から、特徴を引き出すことはできないが、ベトナムから輸出される緑

茶は、下級茶が中心になっていることは予想される。その根拠としては、「在来種をただ日本茶に製茶しただけの茶は、日本の市場では下級茶扱いで、他の葉とブレンドされるなどして商品化される。最低価格に甘んじなければならない。海外からの強豪も増え、相場次第では、はじき出される事態が常につきまとう。安定した出荷を目指すには、もう1ランク上の茶を作らなければならない。ソウカウ工場の運営する茶畑2ヵ所に日本から苗木で持ってきたやぶきたとゆかたみどりの2品種が植えられた」という経緯がある。そうしたことから類推すると、日本への輸出は、下級茶市場をターゲットとしても特にリーフ用とするのであれば、品質レベルでの参入障壁はかなり高いことが伺える。日本からの苗木による育成では、現地の気候上、「雨不足」という問題があり、また日本茶種の栽培に関しては、「在来種に比べ、病気や害虫に弱い。水も肥料、農薬もたくさん入れないとだめで、コストがかかる」という現地の総支配人の声もある。ベトナムにおける緑茶の生産と日本向けへの輸出は、品質という点ではまだ格差は大きいことが予想される。「まるやす」と日商岩井が「ビナ・ティー」とともに手がけている製茶工場（ソンラ省モクチャウ）は、ビナ・ティー傘下の工場のなかでは最も高い業績を上げている工場であるが、98年9月に日本茶の6種類の挿し木が合計28万本持ち込まれ栽培されていたが、「うち、めいりよくはほぼ全滅してしまった。原因は分からない。どの日本種がここに合うのか。分かるのに10年、20年かかるのでは」といった状況がある¹¹⁾。また、国内における茶の需要では、「日本式製茶の茶は受けない。…中略…。窯炒（い）り式の簡単な機械で製茶する台湾・中国茶の方が、ベトナムの人々の好みに合うらしい」といった国内事情もある。製茶機械や設備なども未だ近代化されていない状況も伺え、日本でリーフとして流通していくには、時間がかかるであろう。

ただし、ベトナムでは2010年にかけて農業の振興策を打ち出しており、主要輸出作物の米やコーヒーのほか、茶も対象にされている。ベトナムにおける茶産業は、元来紅茶が中心であり、96年には、4万5,000トン以上を輸出している¹²⁾。ベトナムの場合、茶生産のうち、約6割が紅茶で占められている。紅茶を視野に入れると、98年ベースでは、茶生産量4万5,000トンのうち、3万4,000トンを出産に回し、約76%を輸出していることになる¹³⁾。「イラク（年間6万5,000トン）、ロシア（同1万1,000トン）、英国（同1万トン）、日本（同5,000トン）。その他、リビア、ギリシア、米国にも販路がある」とみられ、イラクには、年間生産量を上回る量が輸出されている。おそらく紅茶が中心であると思われるが、ベトナムからすると日本への緑茶の輸出と日本市場が中核ではない。しかも、輸出の中核対象は紅茶であることが予想され、農業振興策の対象とされている「茶」も、紅茶が中心であろう。そうしたなかで、「2000年までに茶の輸出で1億ドルを、国内消費でさらに1億ドルを得ることになるだろう。この目標達成のためには茶の栽培を拡大し、あわせて新しい高収量品種を導入しなければならない。茶の加工技術の改善および近代化も必要である」として、政策が進行している¹⁴⁾。

近代化が進めば、主に紅茶で輸出先や市場を確保しているベトナムにおいて、緑茶を対象とした輸出がより強化されることも考えられる。例えば、紅茶を対象としていると思われるが、ベトナム・ティー・コーポレーション（VTC）は、「今年の1～5月で約2,300トンの茶を生産し、2,022トン（539万米ドル相当）をヨーロッパ、アメリカ、アジア市場に輸出している。近代的な設備と技術が同社の強みで、ベトナムの茶輸出産業が加工と品質

に関する問題点を克服し、あわせて顧客の好みを満足させることに成功した経緯は、他部門に対する模範例となるだろう」という事例がある¹⁵⁾。緑茶に関しても加工や品質に関する問題点が克服されてくるような状況が生まれてくれば、日本市場向けの緑茶の輸出も増大してくるかもしれない。また、ラムドン製茶会社(the Lamdong Tea Company)は、1993～1995年には何千トンもの在庫を抱え当時同社は倒産寸前で、そのため南部に位置するラムドン省の茶生産農家は経済的困難に見舞われていた。だがそれ以後、「茶産業は外国市場に確固たる足場を築き、昨年は4万5,000トン以上の紅茶を輸出している」までに至った。輸出や海外における新規市場の需要が茶(紅茶)の栽培を盛んにし、品質改善に結びついている事例である。同社は、今では多数の主要都市にマーケティング・オフィスを開設し、この問題进行处理するための海外パートナーを求ながら、紅茶のみでなく、緑茶の加工場も多数設立し、国内市場の供給にあたっている¹⁶⁾。

ベトナムにおける紅茶については、振興策や生産増強施設・設備に改善が進んでいる状況が伺えるが、緑茶については、紅茶ほどではない。「まるやす」と日商岩井の事業からも、日本市場向けの緑茶の栽培や生産、輸出はまだまだ時間がかかるものと思われる。しかし、紅茶における振興策や各種の近代化は、緑茶にも影響が少なからずあるといえる。全面的に断定はできないが、ベトナム国内においては「日本式製茶の茶はうけない」という事情があった。しかし、輸出の振興が緑茶にも及び、品質の改善された日本向けのリーフ用緑茶が今後輸出されてくる可能性は十分にあるであろう。第二の「まるやす」と日商岩井のような事例も出てくる可能性がある。こうしたベトナムの状況は、日本へ輸出される緑茶の中国に次ぐ対象国として、また日本国内で流通する緑茶リーフの動向や消費の把握に際して、留意すべき事例といえる。

2. 日本の緑茶の競争力と市場開拓に向けた戦略課題

これまで緑茶の生産と輸出、そして海外からの輸入と流通構造を中心に、国際的な視野から緑茶をめぐる動向を整理してきた。ここで、同じく国際的な観点から、日本の緑茶の競争力と世界市場のなかでの日本の緑茶の位置づけを検討してみる。

緑茶の輸入に関しては、中国やベトナムからの輸入が多いが、茶の質ということでは、日本の国内で生産される緑茶に比べて格差があるといえよう。日本への輸入茶の主流は、リーフ用としては中級・下級クラス、あるいはドリンク用や成分抽出用にあることが伺える。確かに中国茶のなかには、いわゆる高級茶といわれる品質のものが増産されつつある。2000年新茶(春期生産分)の出荷量でみると、5.95万トンのうち「名優茶」とランク付けされる高級茶は1.68万トンであり、約3割弱にのぼる。しかしこうした高級茶がすべて日本向けに輸出されている状況はない。「高級茶は国際的にも需要が高まっている」といった環境が進行している様子はあるが、これまで取り上げてきた事例からは、日本向けに高級茶が急速に輸出されてきているといった動きはない。中国などの高級茶へのシフトといった動向が本格化してくれば状況も変わってくることが予想されるが、舜伊公司の事例からは、親企業向けとはいえ輸出される緑茶は、リーフ用としてはほとんど採用されず、ドリンクやティーバック向けにとどまっていたし、また、三明の事例からは、中国製日本茶を使った新製品の販路不振といった状況があった。日本の国内消費に向けての商品化という

点では、輸入茶は中級・下級クラスの市場がターゲットであり、それでも質的（品質上）には、やはり国内産に対しての競争力が弱いように思われる。ただ、そうしたなかでも輸入が促進される傾向が続くとするならば、それは、価格競争力が起因していると考えられる。図表－3にみるように、中国やベトナムなどから輸出される緑茶の単価は非常に安い。「中下級茶は輸入茶との競合による低価格化が懸念される」という茶業試験場の観測は、単価の安さから明らかといえる。逆に日本の緑茶の輸出単価は、反対に際立って高い。輸入される緑茶の単価の安さに対して、日本から輸出される緑茶の際立った単価の高さという構造は、緑茶の国際的な流通においての特質といえる。ベトナムの動向において、「在来種に比べ、病気や害虫に弱い。水も肥料、農薬もたくさん入れないとだめで、コストがかかる」という現地の総支配人の声があったが、日本の緑茶は、栽培においても、また精製・加工段階においても、緻密で、味や風味、その他さまざまな「よさ」を限りなく殺さないような製品化が特徴ということである。審査にもそれは現れている¹⁷⁾。

日本の緑茶のコスト高は、もちろん品質の高さのみが起因しているわけではない¹⁸⁾。摘採における機械化や精製・加工における省力化・FA化といった問題もある。精製・加工工程における機械化や制御・コントロールについては、非常に高度化された環境が整備されてきている。例えば、蒸熱、粗揉、揉捻・中揉、仕上げなど各工程には、各種のマシンが生産されている。「高品質・高能率そして省力化」というテーマを数値化しFA化したプラントの販売メーカーもある¹⁹⁾。この点、コストダウンは進められるであろうし、後継者不足といった問題の解決のためにも省力化を徹底させざるを得ない側面もあろう。ただし、摘採においては、栽培地の地形によって異なるが、国内の最大産地である静岡などの場合、平坦地が少なく、摘採機械などの改良など進んでいるとはいえ、やはり人界戦術的な側面が残る。静岡の場合、平成4年の数字ではあるが、茶の収益性を10アールあたりの生葉の生産費でみると、「労働費」の割合は38.5%を占め、構成比率は最も高い。病気や害虫対策などにおいても、きめ細やかな管理も必要とされる。例えば、同じく生産費に占める「肥料費」の割合は、静岡の場合21.2%、鹿児島の場合27.7%に及ぶ²⁰⁾。より高度な機械化や制御・管理に向けての設備投資とコストダウンの実現を目指す生産体制が進行していることは予想されるが、繊細な香りや味を好む日本人向けには、品質を重視してのリーフ用緑茶葉は、「トータルコスト」が非常に高いという生産構造がある。流通面のコスト高要因もちろん考えられるが、日本人向けのリーフは、品質とそれを確保する生産面においてだけでも、コスト高であるということである。「緑茶を嗜好する国々のなかで唯一の先進国である日本は、高度で繊細な茶産業を形成してきた。その独特さが、アジアの茶畑からは際立って見える」²¹⁾という位置づけが全体的にあてはまる。

こうした点は、緑茶の価格競争力ということでは、国際的に見た場合、弱点となる。先の輸出単価からして歴然としている。しかし、国内市場に向けては、リーフに限定する限り、日本人の消費性向がそうしたレベルにあり、品質レベルは世界的にみても最高級を誇るといえる。味覚や味わいの問題があり、世界的にみた場合、民族性や好みが加わり、緑茶における最高級の「スタンダード」と位置づけることができるかどうかは難しいが、世界的に高級需要が高まっていることや最高級の緑茶を作り上げることができる土壌、技術、ノウハウなどを含めて、高級レベルの緑茶リーフは、戦略的な製品として国内・国外に向けての対象となるものと考えられる。最近では、緑茶の消費形態にも変化が見られる。若年層

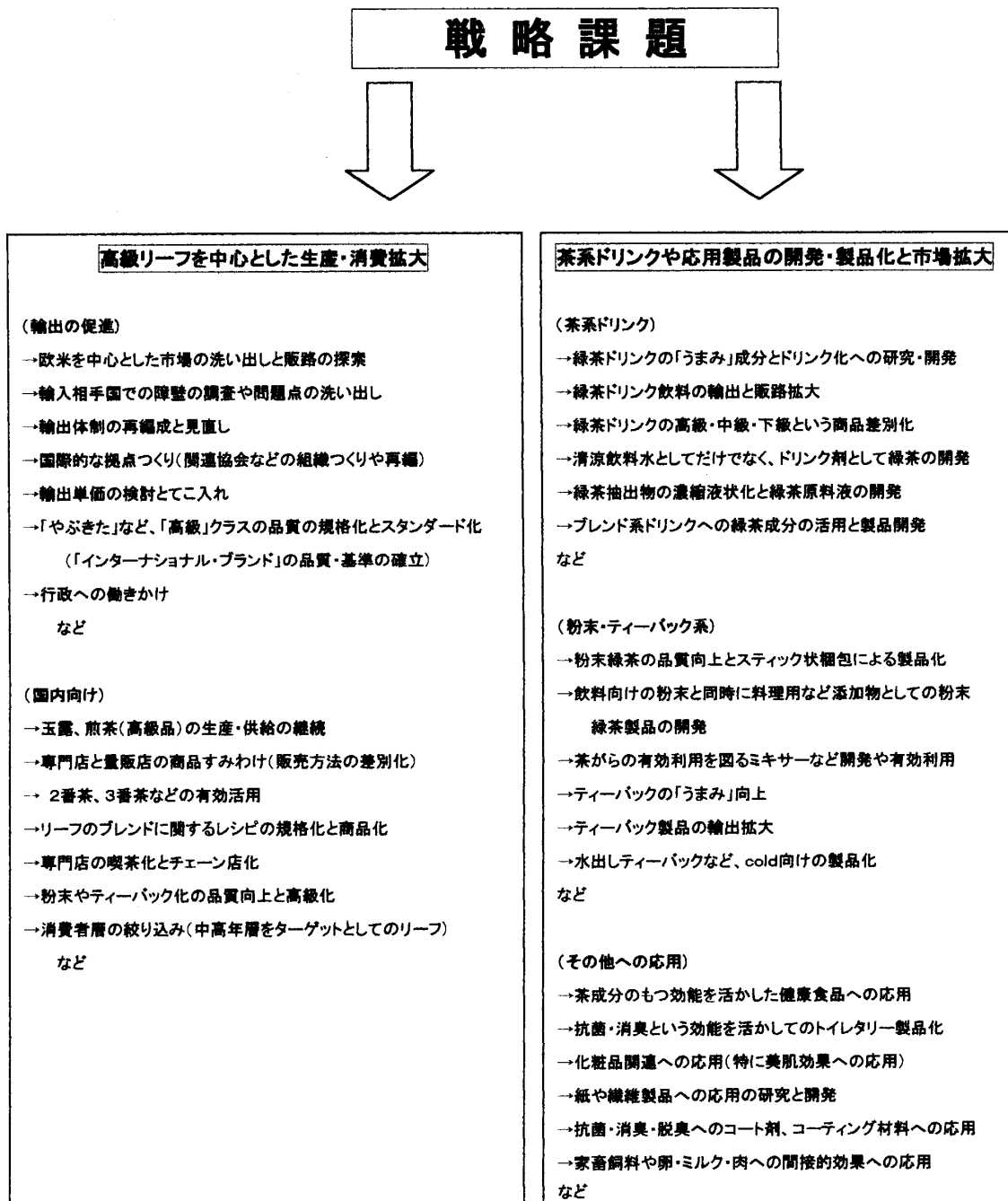
図表-3 緑茶リーフの輸出入単価

輸入		平均単価 \$/Kg							
国名		1975	1980	1985	1990	1994	1995	1996	1997
世界		1.46	2.32	2.60	2.53	2.23	2.19	2.26	2.24
エジプト		1.58	1.96	3.24	1.96	1.58	1.49	1.34	1.33
モロッコ		1.86	2.17	2.50	2.45	2.18	2.13	2.04	1.97
南アフリカ		1.29	1.68	1.58	1.07	1.25	1.23	1.23	1.56
スーダン		1.20	2.20	2.00	1.89	1.60	1.50	1.32	1.33
チュニジア		1.57	1.63	2.08	1.64	1.46	1.57	1.55	1.75
カナダ		1.38	2.30	3.33	4.14	4.00	4.46	4.50	4.06
アメリカ		1.22	1.55	2.10	1.83	1.58	1.61	1.63	1.81
チリー		0.75	1.36	1.23	1.27	1.29	1.29	1.29	1.58
アフガニスタン		1.65	2.75	2.11	2.69	2.33	2.37	2.73	1.35
ホンコン		1.43	2.17	2.44	2.64	2.27	2.57	3.05	3.13
イラン		2.25	3.82	2.89	2.79	2.14	2.25	2.17	2.50
イラク		1.53	2.32	2.20	1.79	1.45	1.56	2.00	1.56
日本		1.82	4.00	3.74	4.03	3.98	4.09	4.10	3.77
パキスタン		1.31	1.57	2.75	1.69	1.59	1.63	1.49	1.60
サウジアラビア		2.00	3.88	4.24	4.47	3.88	5.00	5.64	3.69
シリア		1.33	2.18	0.03	1.88	1.50	1.65	2.05	2.76
西独		2.90	1.50	3.45	3.20				
ドイツ						3.79	4.26	4.08	3.43
アイルランド			2.44	2.73	2.62	2.18	2.00	2.08	2.33
オランダ		1.29	1.91	2.00	1.93	2.17	1.88	2.00	1.89
ポーランド		1.60	2.25	2.29	2.50	1.88	2.00	2.09	2.21
イギリス		1.31	2.20	2.29	2.14	1.79	1.75	1.76	1.94
オーストラリア		1.30	1.75	2.80	2.33	2.37	2.80	2.61	2.67
ロシア		1.60	2.48	2.59	2.83	2.83	2.09		

輸出		平均単価 \$/Kg							
国名		1975	1980	1985	1990	1994	1995	1996	1997
世界平均		1.27	2.01	2.18	2.26	1.94	1.94	2.02	2.28
ケニア		1.16	2.07	1.98	1.67	1.74	1.44	1.56	2.06
マラウイ		1.00	1.19	1.43	1.09	0.77	0.82	0.70	1.00
モザンビーク		0.64	1.39	1.00	1.00				
ルワンダ						1.63	4.00	1.67	2.00
タンザニア		1.10	1.41	1.29	1.40	1.82	1.05	1.04	1.50
ウガンダ						1.09	0.82	1.13	1.44
アルゼンチン		0.88	0.89	0.93	0.78	0.88	0.78	0.74	0.78
ブラジル		1.25	1.50	1.56	1.25	1.25	1.29	1.75	2.00
バングデシュ		0.79	1.48	2.22	1.71	1.19	1.23	1.04	1.25
中国		1.16	1.62	2.17	2.14	1.71	1.72	1.76	1.72
香港						2.94	3.38	3.82	3.50
インド		1.34	2.36	2.60	3.00	2.04	2.27	2.05	1.40
インドネシア		1.13	1.53	1.66	1.63	1.13	1.11	1.10	1.33
日本		0.67	1.00	1.50	10.60	19.29	17.37	16.37	16.03
シンガポール		1.00	2.00	2.46	2.45	2.89	3.29	3.14	3.80
スリランカ		1.30	2.01	2.23	2.29	1.80	2.07	2.49	2.68
ベトナム		0.67	1.88	1.20	1.56	1.12	1.00	1.43	1.30
ニュージーランド									
フランス						12.00	11.33	11.67	13.50
ドイツ						4.69	5.08	4.79	4.29
オランダ		1.53	1.92	2.21	2.47	3.90	3.50	3.60	3.00
イギリス		2.80	6.25	5.55	6.81	5.82	6.15	6.70	7.94
ロシア		1.00	1.00	1.22	1.00	1.75	2.14		

(出所) 輸出組合 谷本氏より提供頂いた資料。

図表－４ 緑茶の生産・消費拡大に向けての戦略課題



(出所) 筆者作成

を中心にリーフ離れといった現象が顕在化し、ドリンク市場の台頭や伸びが目立つ。リーフの消費は低下傾向にある。ただ、最高級の緑茶を作り上げることができる土壌、技術、ノウハウをもつリーフの消費・市場開拓は、国内・国外の高級市場向けに戦略的な課題として推進していく余地は十分にあると思われる。

ただし、反面で、リーフ離れといった現象が顕在化し、ドリンク市場の台頭といった消費性向の変化がある。そうした環境への対応とニーズに添う製品開発、消費・市場拡大に

向けての戦略も必要である。これからの緑茶を含めた消費の傾向、形態、製品を展望するのは、非常に難しいが、大きく高級リーフの生産・消費拡大のための戦略、そして、ドリンクや応用製品のための戦略という2つが現状での筆者の重視する考え（図表－4）である。端的に言うと、リーフは高級志向で、専門店を拠点としての販売拡大と消費拡大を考えていくことがまずは先決であるというのが結論である。

3. リーフならびにドリンク市場における消費拡大戦略構想

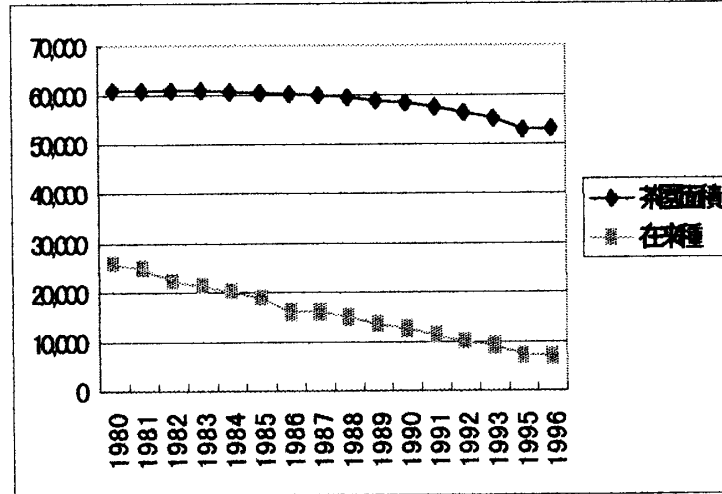
1) リーフの生産・消費拡大戦略構想

筆者なりにより具体的な戦略構想をここで展開してみる。なお、ここでは静岡の茶産業と茶業界の活性化というスタンスで構想していく。

まずリーフであるが、静岡の茶園の栽培面積は（図表－5：全国ベースのものは参考）、1982年以降、一貫して減少傾向にある。この理由は、在来種の激減にある。図表－6にみるように、品種別に推移を見ると、「やぶきた」を中心とする育成種については、96年までは順調に増産傾向が見られる。伝統的な温かい煎茶を飲むという習慣が変わってきていることが伺え、リーフ離れは確実に進行しているものの、しかし、育成種に関しては、順調に伸びている。つまり、在来種を減らし、そうした在来種に関わる栽培面積は減少していくが、育成種については、栽培面積は増加している。このことは、リーフ自体は、高級志向を目指し、そうした「売れ筋」を中心としての生産と消費拡大は戦略的に十分見込めるものと思われる。

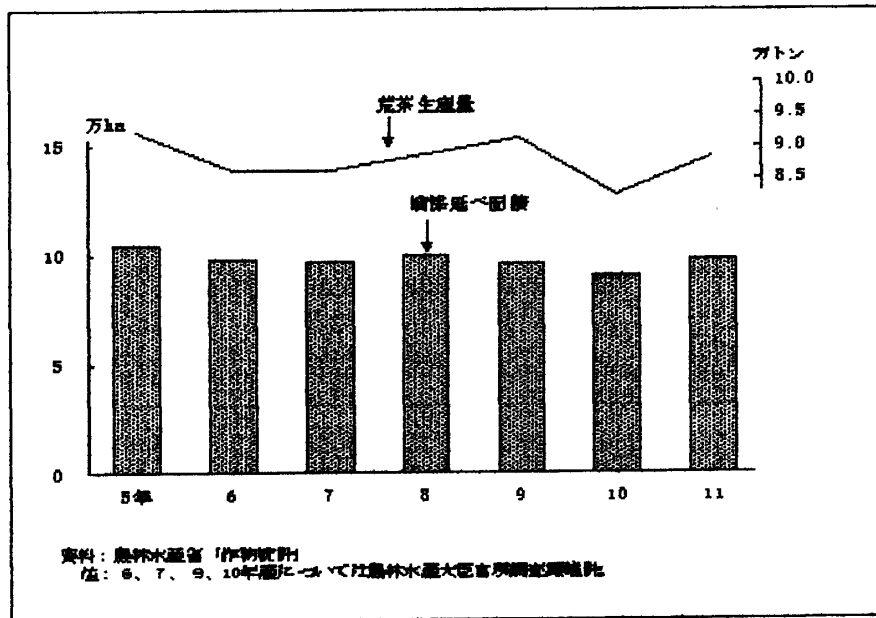
生産側からみての推測であって、実際に図表－6にみる育成種のそれぞれの数字が、そのまま売れ筋リーフとみなすことはできないが、栽培面積からする、あるいは生産者側からする人気の品種は、「やぶきた」をトップに、「ゆかたみどり」「かなやみどり」「さやまかおり」である。「やぶきた」は、96年ベースでみると、栽培面積の75%にのぼる。リーフ市場が低迷していることを前提に、今後の戦略を考えてみると、まずは、在来品種に関しては、消費や競争力という点で、戦略製品からははずし、より競争力のあるリーフに特化していくことが必要である。競争力のあるリーフとは、何といたっても「やぶきた」であり、この品種を中心にリーフの生産を展開することが重要である。品種別にコストが変わってくるのかどうかは定かでないが、リーフ専用であれ、ドリンクへの応用であれ、味覚や味が問われる製品に関しては、「やぶきた」を主力にしてしまってもよいのではなかろうか。リーフによる温かい煎茶といえども、各種のリーフが結局はブレンドされる。リーフの消費の拡大に向けては、常に高級志向を堅持し、ブレンドにおいても、売れ筋である価格帯に合わせるような形でブレンドするのではなく、「おいしさ」と「味わい」を徹底的に追及するためのブレンドと高級志向でリーフを定着させていくというルートを実践しておく必要がある。専門店が減少し、リーフはスーパーやコンビニで価格をみて、できるだけ安いものを購入するといった消費者行動が現在の特徴として推測できる。そうした傾向は、消費者ニーズの現れであり、そのための戦略は必要である。しかし、このニーズは行々、簡便なドリンクやティーバックなどの「おいしさ」「味わい」とは関わりの薄い消費へ流れる可能性が強い。リーフの持ち味を活かした戦略がやはり第一と言える。

図表－ 5 茶園面積の推移（静岡）



（出所） 野菜・茶業試験場（お茶の研究部門＝NIVOT、茶栽培部育種研究室）の提供する
<http://www.tea.affrc.go.jp/saibaibu/ikussyu/menseki.html>より入手。

図表－ 5 参考 茶園面積（全国ベース）



（出所） 農林省「農業観測」（茶）
<http://www.kanbou.maff.go.jp/www/chousa/kansoku/000511kk/tea/tea.htm>より入手。

図表－6 栽培品種の推移（静岡）

	茶園面積	在来種	やぶきた	あさつゆ	かなやみどり	さやまかおり	おくみどり	ゆたかみどり	めいりよく	ふくみどり	さえみどり
1980	61,012	25,907	29,021	389	607	136	86	787			
1981	60,917	24,911	29,897	374	631	166	86	860			
1982	61,015	22,207	33,059	378	655	134	162	947			
1983	60,970	21,240	33,823	383	656	152	104	1,012			
1984	60,659	20,181	34,522	378	693	185	170	1,096			
1985	60,588	18,737	35,660	372	803	219	184	1,210			
1986	60,243	16,183	37,896	400	790	496	242	1,248			
1987	59,932	15,980	37,597	368	770	562	287	1,327			
1988	59,467	14,843	38,431	373	798	553	295	1,399	3	2	
1989	58,899	13,556	38,832	370	827	655	359	1,443	4	8	
1990	58,393	12,671	38,996	385	853	713	413	1,476	7	19	
1991	57,612	11,357	39,597	391	834	762	380	1,478	12	23	
1992	56,455	9,979	39,804	379	858	778	403	1,518	11	29	
1993	55,278	9,229	39,385	382	885	782	411	1,535	11	32	
1995	53,071	7,308	39,121	439	854	764	460	1,710	39	34	11
1996	53,336	6,941	39,593	431	887	798	467	1,712	26	34	13

（出所）野菜・茶業試験場（お茶の研究部門＝NIVOT）、前掲、
<http://www.tea.affrc.go.jp/saibaibu/ikushu/menseki.htm>より。

茶系ドリンクやティーバックなどの強みは、簡便性や利便性、手軽さや値段の安さにある。リーフを100g購入し、それを1回分の値段に直せば、リーフのほうが経済的であるかもしれない。しかし、手間をかけずに即飲めるドリンクやその他の飲料系製品は、簡便性・利便性という点で圧倒的な強みを持つ。消費者層は、極論すれば、高級リーフ志向かドリンク志向かという2極に分化していくであろう。とすると低価格のリーフを戦略的に追求するのは、いずれドリンクにシフトしていく可能性が高い消費者をターゲットにしていることになる。やはり、高級リーフと専門店志向の戦略がまずは重要視される。リーフの強みは「旨み」「味わい」である。そこを差別化するのが戦略の基本である。高級茶の市場や消費の拡大に限定しての製品開発・商品化とマーケティングを主軸とした戦略が基本であると考えられる。そうした場合、海外への市場開拓もオーバーラップしてくる。先に、日本の緑茶の輸出単価が際立って高い状況は確認した。海外での市場や販路拡大はもちろん口で言うほど簡単ではない。しかし、日本の緑茶は、特にリーフに関しては、国内に向けても、また海外に向けても徹底した高級志向で望み、リーフのステイタスを定着させることが最も重要であると考えられるものである。

2）ドリンク市場の動向とリーフ市場との関わり（全体的な消費拡大に向けての戦略構想）

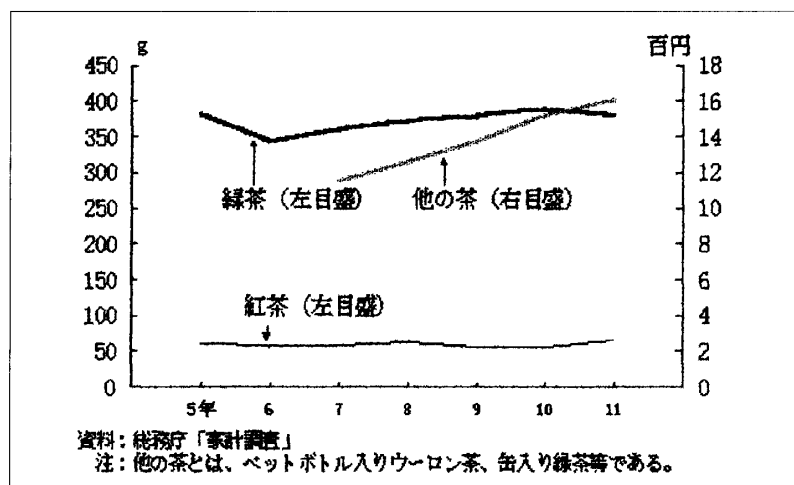
リーフに対して、消費が拡大傾向にある茶系ドリンク（特に緑茶ドリンク）の動向について考察していく。先に、静岡を中心に茶園の栽培面積や品種について考察した。栽培面積は確実に減少していたが、「やぶきた」を主に育成主の栽培は増加しており、また、参考としてあげた資料では全国ベースの栽培面積と荒茶生産量が提示されているわけであるが、そこでは、栽培面積は若干ではあるが、全国ベースではやや増加している。同様に荒

茶生産量も平成10年から11年にかけて増加傾向にある。全国ベースでみる限り、栽培面積においても荒茶生産量についても、それほど大きな減少が見られるわけではない。

また、緑茶の消費に関しては、各種のデータによりばらつきがあるが、横ばいあるいは増加傾向にあるとみていい。年度ごとにばらつきはあるものの、全体的にはそうした傾向にある。農林省の報告では、「緑茶の消費量は近年増加しており、10年の1人当たり消費量は、1.2%増の781gとなったものの、11年は0.1%減の780gとなった（㈱日本茶業中央会調べ）」とされている。また、家庭における緑茶の1人当たりの購入数量（家計消費）は、10年が2.3%の増加であったが、11年は2.5%の減少となっている（図表－7、8）。一方、ペットボトル入りウーロン茶、缶入り緑茶等の他の茶に対する1人当たり支出金額（家計消費）は、年々増加しており、10.3%増加した10年に引き続き、11年も6.2%増加しており、茶葉の購入から茶飲料購入へのシフトがうかがえる」²²⁾。

全体的には緑茶消費の増加傾向にあるなか、大きな特徴は、リーフによる緑茶の消費より、ドリンク系の飲料による緑茶（広くは茶系飲料）の消費が伸びている点である。静岡などはリーフの生産量で全国トップであり、こうした最近の傾向は特に関係者には大きな打撃となって受け止められる。ドリンクの消費拡大がダイレクトにリーフの拡大と直結すれば問題はないのであるが、今のところそうした傾向は見られていない。静岡信用金庫による地区経済動向（特別号）「21世紀の成長産業（「緑茶」）」平成12年6月）では、茶所である静岡県内の静岡市、清水市、藤枝市、焼津市在住男女1,000人に対するアンケート調査が行われているが、次のような報告がある。“横ばい続く消費量”ということで、「緑茶の効能に関心が集まったり、緑茶関連製品が巷に増加するなど、茶業界にとっては追い風が吹いている。しかし、『ジュースではなく緑茶ドリンクを飲むようになった』とか、『緑茶ではなく粉末茶を飲むようになった』などの形で消費が増えてしまい、肝心の『リーフ消費拡大』には結びついていない。また、当地区では、本年、『売上が伸びない』と悩む業者の声が多く聞かれ、緑茶ブームとは裏腹に、既存のリーフの消費は苦戦を強いられている」²³⁾。

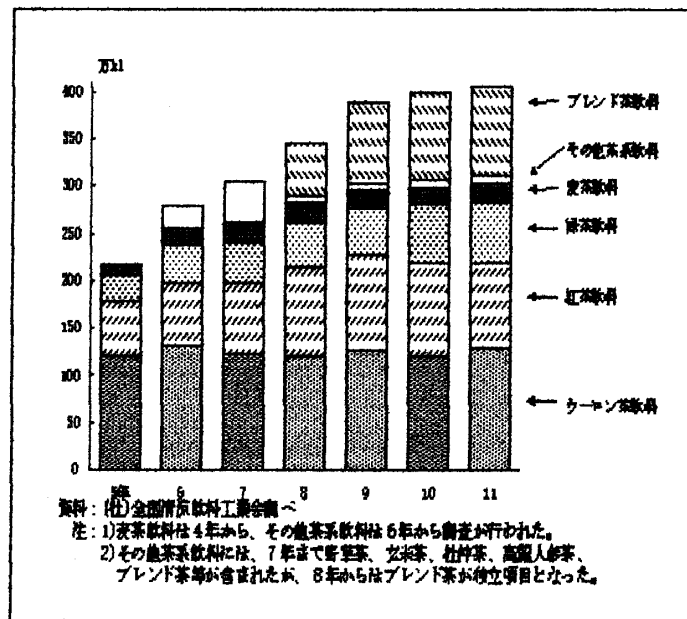
図表－7 茶系飲料の1人当たり家計消費



(出所) 農林水産省「農業観測」(茶)

<http://www.kanbou.maff.go.jp/www/chousa/kansok/000511kk/tea/tea.htm>より入手。

図表－8 茶系飲料の生産量



(出所) 農林水産省「農業観測」(茶)

<http://www.kanbou.maff.go.jp/www/chousa/kansok/000511kk/tea/tea.htm>より入手。

同行の調査では、リーフの消費拡大へと直結しない理由として、リーフの流通チャネルと緑茶関連製品（ドリンクを含めて）との流通チャネルとが分断されている点に求められている。この点、先に考案したリーフ拡大戦略のための改善材料としてより具体的な調査や分析が必要である。それとは別に、茶系飲料の伸びが著しいことは確かである。缶やペットボトルに入ったお茶を、業界で「無糖茶」と呼ばれ、伊藤園の調べによると、3兆4,000億円（99年見込み）にのぼる非アルコール飲料のうち、21.6%を無糖茶が占めている。これは炭酸飲料（19.2%）を上回り、缶コーヒー（26.9%）に次ぐ規模に至っている。94年と比較すると32.0%も増えており、急拡大していることが分かる²⁴⁾。なかでも特徴的なのは、ブレンド系の緑茶飲料の伸びが大きい。図表－9から大手メーカーの製品をみると、ブレンド系の製品の開発や市場への投入が目立つ。消費傾向は、リーフの購入から茶系ドリンク系の購入へとシフトしつつあり、ドリンク系のなかではブレンド系の飲料が拡大しているといった状況にある。

もう少し具体的に、茶系飲料の動向を緑茶ドリンクと最近の伸びが目まぐるしく思われるブレンド系ドリンクの2種類で考察する。

茶系ドリンクをカテゴリー分類し、それぞれのカテゴリー内で実際にどれだけの缶ドリンクが製造販売されているかを示したものが資料－1である²⁵⁾。販売量を示しているわけではなく、その意味では消費量やニーズを直接つかめるものではないが、数字の数だけそれぞれ違った製品がある。ただし、完全に全てのメーカーの全ての缶ドリンク製品を網羅しているわけではない。今のところ筆者の情報収集した範囲では、これだけの詳しいデータはみつからず、今回は参照することにした。製品数は、ウーロン茶の缶ドリンクが最も多い。214種類の缶ウーロン茶が市場に投入されている²⁶⁾。近年、大きな伸びは見られない

図表－９ 茶系飲料の製品開発と特徴

	メーカー名	商品名	発売年月	特徴
ウーロン茶	サントリー	サントリーウーロン茶	1981.12	ウーロン茶市場で首位
	伊藤園	金の烏龍茶	95.12	茶葉「黄金桂」「鉄観音」を使用
	アサヒ飲料	優	99.3	発酵度が15－20%の包種茶を使う
	日本コカ・コーラ	煌	98.3	武夷岩茶、色種、水仙を使用
	麒麟ビバレッジ	鳳凰	93.2	鳳凰水仙茶葉を使う
緑茶	伊藤園	おーいお茶	89.2	緑茶市場で首位
	日本コカ・コーラ	なごみ緑茶	98.3	低温抽出製法でまろやか
	麒麟ビバレッジ	麒麟生茶	2000.3	生の茶葉から抽出した成分を付加
	サントリー	しみじみ緑茶	2000.3	高温短時間抽出で後味さっぱり
	カルピス	静岡上煎茶	1992.2	静岡県産の茶葉を使用
ブレンド茶	アサヒ飲料	アサヒ十六茶	93.3	ハトムギなど16種類の素材を配合
	JT	飲茶楼	99.3	脂っこい食事に合う
	サントリー	続のほほん茶	99.3	ハトムギなどにタンポポを加えた
	日本コカ・コーラ	爽健美茶	93.9	ハトムギなど10種類の素材を配合
	麒麟ビバレッジ	麒麟ナチュラルズ	98.6	緑茶に柿の葉エキスを混ぜた
	カルピス	桃の葉ブレンド茶	2000.2	緑茶に桃の葉などを混合
	ネスレ日本	ネスティー	2000.3	赤ウーロン茶、桂花茶など10種
		アジアティー		
その他	伊藤園	香りきれいジャスミン茶	1998.6	ジャスミンの花の香りがする

(出所) (C) The Yomiuri Shinbun Osaka, 2000,

<http://www.yomiuri.co.jp/osaka/catalog/cat0217.htm> (藤田桂子氏作成のものを引用)。

が、安定した生産量があり、生活にも溶け込んでいるとみなしていい。そして次に製品種の数が多いのが緑茶系の「煎茶・玉露」であり、生産量は増加傾向にある。参考までに、全製品種の製品名、メーカー容量、容器素材をまとめた(資料－2)。ここに見るように大手メーカーの知名度の高い製品以外にも202本にも及ぶ種類の製品が市場に投入されている。特徴的なのは土地柄というか地域の特徴をうたった製品とネーミングが多い。

緑茶ドリンクは、若年層を中心に缶ドリンク以外にも、ペットボトルなどのかたちで完全に定着したとみていいであろう。実際に、他のカテゴリーの製品種に比べ、緑茶ドリンクは、ウーロン茶と並び飛びぬけて数が多い。ただ、こうしたドリンク飲料の原料に用いられるリーフは、主に下級・低級の葉が多く、輸入リーフの用いられる可能性が極めて高い。特に高級リーフが用いられることは、コスト的に採算が合わないことはもちろん、国産のリーフでさえ大量に用いられることは、コスト面から難しい。ドリンク市場の伸びとリーフの生産量や消費量が比例しないのはそうした背景がある。リーフ市場とドリンク市場とは、ある意味では完全に切り離されており、独立していると見たほうがいい。リーフ離れが進み、若年層を中心にドリンク飲料へのシフトが既に始まっている。資料－2 (No.1～No.3) でみるように、すでに多くの緑茶ドリンクへの参入が見られ、これからも参入製品や市場は伸びていくことが予想される。緑茶ドリンク製品のなかでの競争は激化していくことになるものの、リーフとの相関関係が現状ではあまり期待できない。そうしたことを鑑み、不十分さは否めないが、筆者なりに戦略構想を図表－10にまとめてみた。リーフ市場においては、高級志向を重点にリーフの多品種化と専門店販売による生産・消費の拡

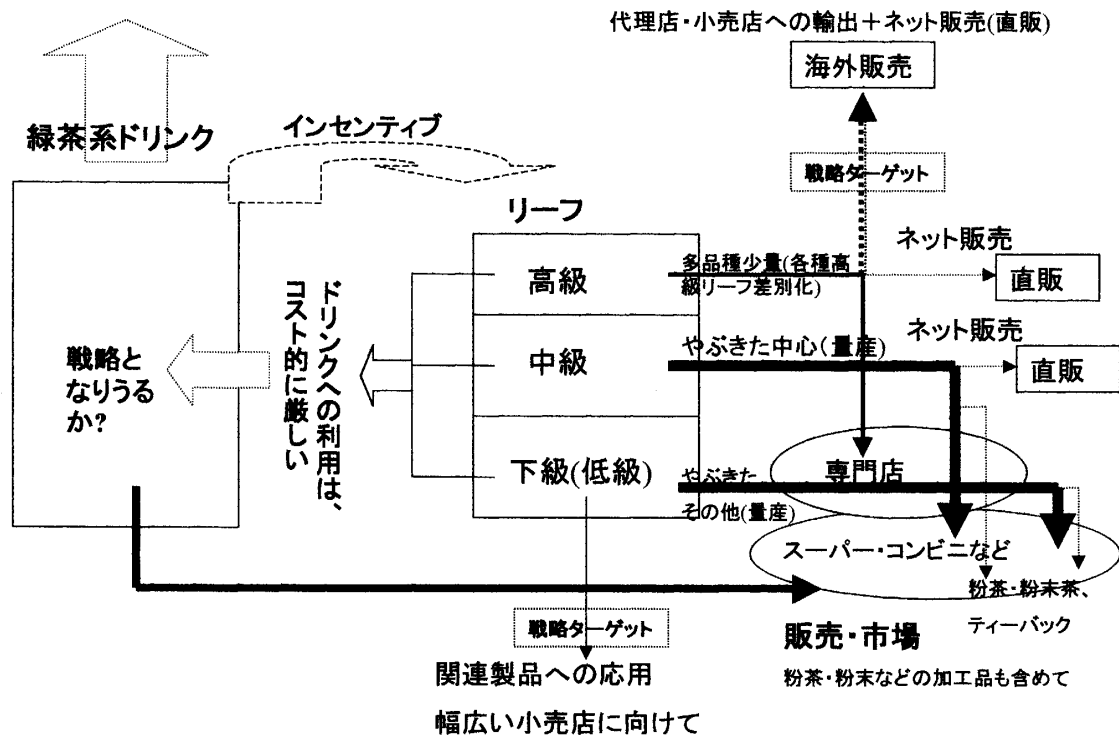
大を、中級・下級レベルでは、「やぶきや」中心に量産と消費の拡大を狙っていく。「やぶきた」といっても、さまざまな産地があり、そうした意味では多品種化するが、リーフ市場全体として、「やぶきた」レベルのスタンダード化を図り、ドリンク市場との絶対的な差別化を図った上で、中高年層をターゲットに消費拡大を目指す。ここでは、簡便性や利便性とは隔絶し、「嗜好飲料」としての消費拡大を図っていく。

一方、ドリンク市場の拡大は、「嗜好飲料」としての緑茶ではなく、「飲料」としての側面が強く、若年層を中心に伸びていくことと思われる。では、肝心のリーフ離れをどうくい止め、高級志向へと消費者を向けさせるのか。まずは専門店の活性化と高級志向戦略の強化である。第二は、リーフについても、ティーバックや粉茶・粉末茶など、簡易性や利便性を狙った製品の市場拡大を図っていくことが必要である。リーフ市場においても簡便性や利便性は消費者動向からして、必ず必要とされる課題である。水出し煎茶や粉末茶などの登場は、そうした動向への対応と言える。水出し煎茶や粉末茶などは、リーフを直接使った時の「味わい」が実現できるかどうか課題がある。ただ簡便性だけをコンセプトとした製品化であるとしたら、いずれペットボトルやドリンクへと消費者がシフトしてしまう。簡便でありながらも、リーフのもつ「味わい」に近いところに持ち味がある。そうした観点を重視しながら、ティーバックなども「リーフ関連」としてリーフと同等の扱いをし、同様の戦略を展開すべきであると考え。

最後に、ドリンク系の中の緑茶ドリンクとともに増加が目立つブレンド茶の動向であるが、緑茶ドリンク同様、資料-3に製品名、メーカー、容量、容器素材をまとめた。84種

図表-10 緑茶ドリンクの伸びを視野に入れた戦略構想

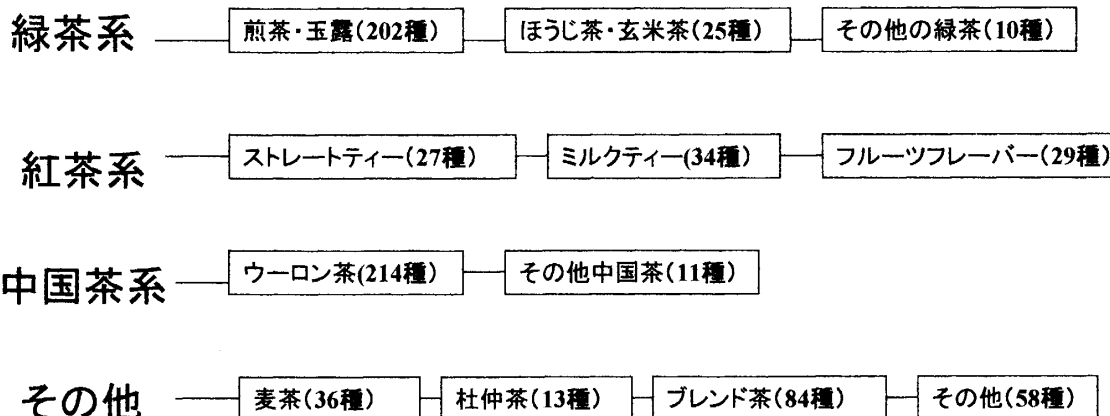
更なる増加の可能性(大)



(出所) 筆者作成

類の製品がある。やはりこれらが全ての製品をカバーしているわけではないが84種類ある。煎茶・緑茶、ウーロン茶とは格差があるものの、その他の製品種に比べると成長傾向が伺える。このブレンド茶は、93年のアサヒ飲料の「十六茶」によりブレイクした。多くの成分を混合し、味わいというより、健康指向を狙った飲料と位置づけることができる。この点、緑茶ドリンクやウーロン茶とは性格を異にするものである。ドリンク市場でこうした傾向が見られるということは、ちょっと乱暴かもしれないが、リーフにおいても同様の飲まれ方が考えられる。ドリンクとしてではなく、さまざまなリーフをミックスさせ、煎茶のようにして飲むというものである。ブレンド系の茶ドリンクは、簡便性と健康志向というニーズを同時にとらえた製品群である。茶の消費は、簡便なドリンクへシフトし、茶系ドリンクの中でも、健康を追求したドリンク系が最近の注目製品である。リーフ拡大に向けては、簡便性では粉末茶やティーバックという形態で、そして健康志向では、健康に寄与するリーフのブレンドを対抗軸として浮上させることができよう。実際にそうしたブレンドのリーフは製品化されてきている。今のところ、健康といっても「香り」を重視したハーブとのブレンドなどが注目されている。やはりここでも、簡便性ではなく、「味わい」と「香り」を中心とする健康ブレンドリーフは、戦略性をもち得ると言える。

資料1 ドリンクカテゴリー別製品種一覧



(出所) <http://www.fin.ne.jp/~t349/canjoho/index.htm>より、各カテゴリー別に貼られているリンクを個々に閲覧し、それぞれのカテゴリーの製品種をカウント。(トップページ「ちゃかちゃか茶缶」)

資料2 緑茶ドリンク製品種一覧 (No. 1)

販売者 品名 サイズ					
アール 産地り玉緑茶 245g スチール	臺灣産地 玉緑茶 190g スチール	沖縄伊藤園 おーいお茶 緑茶 340g スチール	グリーンハウスフーズ とんかつさぼてん お茶 340g スチール	サリ SARI お茶 抹茶入り 340g スチール	滋賀県茶業金庫所 やっばり近江の茶 190g スチール
アイク TOPVALUお茶 340g アルミ	エースタードリンク 緑茶 かぶせ茶ブレンド 340g スチール	沖縄県農化学 ハイサイお茶 340g スチール	グリーンハウスフーズ とんかつさぼてん お茶 340g スチール	サリ SARI お茶 抹茶入り 340g スチール	四国乳業 らくれん(備前産)お茶 340g スチール
愛国製茶 鹿島産地静岡煎茶 190g スチール	エースタードリンク 玉緑茶 190g スチール	カトキ おーいお茶 340g スチール	古市庵 茶 195g 紙カート	サンガリアフーズ 二重出し煎茶 340g アルミ	シンジージャパン S-PRICE おーいお茶 340g スチール
愛知県茶業協同組合 しらゆち 340g スチール	愛知県茶業協同組合連合会 伝統の味日本のお茶 340g スチール	カナゾン KANAZON SELECTお茶 340g スチール	高知県茶業協同組合連合会 土佐の響り 四万十のお茶 190g スチール	山陽飲料 おーいお茶 240g スチール	シンジージャパン おーいお茶 340g スチール
アグア AQUA お茶 245g スチール	愛知県茶業協同組合連合会 伝統の味日本のお茶 340g スチール	川原商事 天然の味日本のお茶 340g スチール	神戸ビバレッジ Feshe 緑茶 340g アルミ	三和 天然 自然お茶 340g スチール	静岡県中川郡町おこし特産品 川根お茶街道 川根茶 245g スチール
新井園 Rainie にっぼんの味 静岡 185g スチール	エムオーエースに 大に 湯急 静岡煎茶 245g スチール	キア 緑茶 240g アルミ	コスモフーズ お茶 340g アルミ	ジェイアール高崎商事 名水大清水お茶 245g スチール	静岡県茶業協同組合連合会 いい茶じゃないか 緑茶 340g スチール
新井園 風味食品煎茶 245g スチール	エムオーエースに 自然風味無農薬 静岡煎茶 245g スチール	キア 緑茶 185g アルミ	小谷製粉 OSK緑茶の逸品煎茶 190g スチール	ジェイアール高崎商事 名水大清水お茶 340g スチール	静岡県茶業協同組合連合会 いい茶じゃないか 緑茶 190g スチール
イースター イースター 245g スチール	エムライン 宇治茶葉の響り お茶 190g スチール	北村商店 Komachi 緑茶 340g スチール	コプロ 生活良好おーいお茶 340g スチール	ジェイアール高崎商事 名水大清水お茶 195g 紙カート	ジャズ JAZZ 緑茶 190g スチール
いすゞ商事 玉緑 190g スチール	エムライン がぶ飲みお茶 340g スチール	其美製茶 最上お茶です！ 緑茶 340g スチール	コプロ 生活良好おーいお茶 340g スチール	ジェイアール高崎商事 名水大清水お茶 245g スチール	ジャズ JAZZ 緑茶 340g スチール
いすゞ商事 お茶 190g スチール	大船軒 湘南特選煎茶 245g スチール	京都府茶協同組合 宇治煎茶 340g スチール	ゴールドバック松本工場 選茶煎茶 190g スチール	ジェイアール高崎商事 名水大清水お茶 340g スチール	ジャズ JAZZ 緑茶 340g スチール
イスマ 静岡の煎茶 お茶 340g アルミ	大船軒 湘南特選煎茶 245g スチール	キンキサイ 日本茶 お茶 340g アルミ	佐賀県茶業協同組合連合会 茶想れしのお茶 190g スチール	ジェイアール高崎商事 お茶 宇治茶 245g スチール	白川茶舗 白川茶 190g スチール
一富士二ケル お茶 190g スチール	オートマックス 一富士使用 緑茶 340g スチール	久保田茶所 静岡産緑茶 190g スチール	徳島県 煎茶 静岡茶 190g スチール	ジェイアール高崎商事 煎茶玉露入り日本茶 245g スチール	白川茶舗 白川茶 340g スチール
いづ川茶業協同組合 産地り玉 245g スチール	オートマックス 一富士使用 緑茶 340g スチール	久保田茶所 産地り玉 190g スチール	徳島県 お茶 190g スチール	ジェイアール高崎商事 かぶせ茶 一富士お茶 340g スチール	白川茶舗 白川茶 190g スチール
平治の製茶 お茶とんかつさぼてん 250g 紙カート	オートマックス 産地り玉 340g スチール	熊本県茶業協同組合連合会 産地り玉 340g スチール	熊本県茶業協同組合連合会 かぶせ茶 340g スチール	ジェイアール高崎商事 かぶせ茶 340g スチール	新井園 産地り玉 245g スチール

(出所) <http://www.fin.ne.jp/~t349/canjoho/green1/index.htm>

資料2 緑茶ドリンク製品種一覧 (No. 2)

瑞雲 OKADA Natural お茶の煎茶 190g スチール	麒麟社 麒麟産有機栽培茶葉使用緑茶 340g スチール	東洋軒 HELLO'Sお茶 245g スチール	中興 大自煎 3味のお茶 245g スチール	ハークスレイ ほっかつか平煎茶 340g スチール
スギヤマ アシトお茶 190g スチール	タイガー お茶 340g スチール	トーションビバレッジ お茶 340g スチール	中川郡町おこし特産品 しらゆちの茶 245g スチール	ハバ あぶみ野の水使用お茶 340g スチール
スロベリ 玉露入り上品煎茶 480g スチール	だいてい 黒久煎茶 元気健 190g スチール	東洋軒 TOUBARUお茶 480g アルミ	名産品 お茶やさん 340g スチール	ハバ あぶみ野の水使用お茶 340g スチール
スリーエフ 玉露入り煎茶 340g スチール	大ニ茶舗 うまいざーお茶 340g スチール	トーション 明日香煎茶 340g アルミ	紫仁和園 煎茶 340g スチール	ハバ PANACREST 緑茶 340g スチール
スリーエフ 玉露 245g スチール	ダイワ目録サービス Harmonyお茶 340g スチール	富永茶舗 神戸屋留地緑茶 340g アルミ	紫仁和園 産地り玉煎茶 190g スチール	ハバ 和音煎茶 340g スチール
セイアン茶業協同組合連合会 静岡煎茶 190g スチール	忠勇 BLISSお茶 340g スチール	富永茶舗 神戸屋留地緑茶 190g スチール	ニクスサービス 静岡煎茶 煎茶 340g スチール	花正 PROSPECTお茶 340g アルミ
生活協同組合コープこうべ 6000煎茶 340g スチール	テリーズ GOUT SELECT まわやか風味の緑茶 340g スチール	富永茶舗 神戸屋留地緑茶 490g スチール	西日本キヨスク お茶(宇治茶) 245g スチール	ハラダ製茶 玉露ブレンド 190g スチール
生活協同組合コープこうべ 6000煎茶 340g アルミ	大船軒 静岡煎茶 250g スチール	トリカブツ お茶 340g スチール	日東製茶 お茶 245g スチール	東日本茶業協同組合 名水大清水の煎茶 190g スチール
セイコーマート 緑茶 340g スチール	大船軒 静岡煎茶 340g スチール	ドレック 煎茶 275g スチール	日本生活協同組合連合会 6000 安曇野の水のお茶 340g スチール	東日本茶業協同組合 名水大清水お茶 245g スチール
全国茶業生活協同組合連合会 風味煎茶 340g スチール	トーン TOWIN煎茶 190g スチール	ドレック 緑茶 340g スチール	日本プライム お茶 340g アルミ	ビバレッジ 自然健康飲料 緑茶 340g スチール
全国茶業生活協同組合連合会 A-COOP煎茶 340g スチール	トーン おーいお茶 一富士茶入りお茶 340g スチール	ドレック 緑茶玉露 190g スチール	日本流通産業 くらしまおーいお茶 340g スチール	福岡県茶業協同組合連合会 玉露 190g スチール
全国茶業生活協同組合連合会 煎茶 お茶 245g スチール	東海茶業協同組合 玉露入り煎茶 340g アルミ	ドレック 緑茶玉露 190g スチール	ネスコ 一富士茶入り煎茶 340g アルミ	福岡県 おーいお茶 245g スチール
全国茶業生活協同組合連合会 煎茶 緑茶 340g スチール	東海茶業協同組合 一富士茶入り煎茶 245g スチール	ドンボ飲料 とやまのお茶 340g スチール	野崎製茶 天然の味 緑茶 340g スチール	富士ビバレッジ 富士煎茶 340g スチール
全国茶業生活協同組合連合会 煎茶 緑茶 340g スチール	東海茶業協同組合 一富士茶入り煎茶 245g スチール	中興 大自煎 3味のお茶 340g スチール	ハークスレイ ほっかつか平煎茶 340g スチール	富士ビバレッジ 富士煎茶 340g スチール

(出所) <http://www.fin.ne.jp/~t349/canjoho/green1/index.htm>

資料2 緑茶ドリンク製品種一覧 (No.3)

富士ビバレッジ 濃夏秋冬 煎茶 340g スチール	本家かまどや おいしい煎茶 340g スチール	宮崎県農協果汁 サンA&デリーお茶 340g スチール	吉池資源新潟営業所 庄原のお茶 340g スチール
富士ビバレッジ 濃活館 玉露入り煎茶 340g スチール	本家かまどや おいしい煎茶 340g スチール	奥山名水 奥山山仕込み 名水煎茶 345g スチール	吉本興業部 吉本新喜劇 花月のお茶 340g スチール
富士ビバレッジ 濃活館 玉露入り煎茶 (がんばれ濃活派ベイスターズ) 340g スチール	本匠村特産品協会 因風茶 245g スチール	奥山名水 かやぶきの茶葉 煎茶 245g スチール	吉本興業 吉本新喜劇 花月のお茶 340g スチール
富士ビバレッジ 濃活館 玉露 190g スチール	本匠村特産品協会 因風茶 190g スチール	奥山名水 京都奥山山仕込み 名水煎茶 345g スチール	堀仁カスターマーサービス 煎茶 340g スチール
富士ビバレッジ 古今東西 煎茶 340g スチール	ホンダダイレクトマーケティング ホンダ初巻茶 340g スチール	奥山名水 おいしい煎茶お茶 190g スチール	和光ペンディング お茶 煎茶 340g スチール
プリオブレンドティックス お茶 340g スチール	本匠村特産品協会 煎茶 煎茶 190g スチール	奥山名水 京都のお茶 340g スチール	和東町活性化センター わづか茶をどうぞ 245g スチール
プリオブレンドティックス 煎茶 340g スチール	本匠村特産品協会 煎茶 煎茶 190g スチール	砂嘴園 玉露 190g スチール	ワールドワース SURE煎茶 340g スチール
フルカルボセラーズ 煎茶 340g スチール	松屋フーズ お茶 340g スチール	銘茶工房 煎茶 煎茶 340g スチール	
プレナス 濃野産煎茶 340g スチール	丸善製菓 尾道健康煎茶 煎茶 340g スチール	名瀬製菓 濃野産煎茶 お茶 245g スチール	
プレナス 八女産玉露 190g スチール	美豆園 奥山煎茶 190g スチール	御乳ラボトリーズ 宇治茶葉の香り お茶 190g スチール	
プレナス 煎茶 340g スチール	みつた 玉露入りお茶 340g アルミ	やまぎ製茶 静岡の香り お茶 245g スチール	
宝生庵製菓小松園 北陸もだちゴジラ松井 340g スチール	南日本製菓協同 バレイお茶 340g スチール	大和製菓 静岡煎茶 340g スチール	
ほっかほっかフーズ ほっかほっか煎茶 340g スチール	富ヶ原製菓開発 奥山かわ濃煎茶 245g スチール	ヤマハリゾート 静岡煎茶 お茶 340g スチール	
	宮崎県農協果汁 サンA宮崎産煎茶 340g スチール	やまや Y's selection 煎茶 340g スチール	

(出所) <http://www.fin.ne.jp/~t349/canjoho/green1/index.htm>

資料3 ブレンド茶系ドリンク製品種一覧

販売者 品名 サイズ				
安原商會 ミロク茶 190g・スチール	サンスター はむろの里健康道場抽の葉茶 190g・スチール	常盤薬品工業 自然を煎じたお茶 甜茶スッキリ 340g・スチール	日本生活協同組合連合会 oo-op 五穀十彩茶 340g・スチール	吉本興業 てんねんてんねん 四十八茶 340g・スチール
イ・エル・シー 杜肝養茶 190g・スチール	三和化学研究所 さんげん茶 190g・スチール	富士食品 神戸居留地合わせ茶 Twin-Tea 340g・アルミ	野崎産業 天然市場 葉茶十八茶 340g・スチール	ロック・フィールドKKS 減肥茶 340g・スチール
伊東水産食品 十八番茶お茶ごころ 245g・スチール	シーアンドシー 健人茶舗 340g・スチール	富軒商事 水出しバイオ茶 190g・スチール	ハルナビパレッジ 天然市場 葉茶十八茶 340g・スチール	ロック・フィールドKKS どくだみ茶 340g・スチール
井坂本影の屋 アラ元氣や茶 190g・スチール	セイアール高崎商事 名水太清水まぜ茶つた 245g・スチール	富軒商事 水出しバイオ茶 340g・スチール	日立造船バイオ 森の杜仲茶 340g・スチール	ロック・フィールドKKS ルイボス茶 340g・スチール
ウコンワールドアスカ 沖繩うこん茶 190g・スチール	セイアール高崎商事 名水太清水爽香十三茶 245g・スチール	中泉 太自然十八茶 340g・スチール	日野製菓 おんたけ茶 190g・スチール	
エースタードリンク 爽快健茶 340g・スチール	七福茶本舗佐藤茶店 七福茶 190g・スチール	中北薬品 烏龍活命茶 245g・スチール	富士ビパレッジ 横濱館 健康一番二十二茶 340g・スチール	
エムライン さっぱりさわやか茶 340g・スチール	常楽園工 えんめい茶 190g・スチール	中北薬品 烏龍活命茶 190g・スチール	富士ビパレッジ 横濱館 二十二茶 340g・スチール	
近江鉄道ライフサービス 伊吹百草茶信長 190g・スチール	生活協同組合コープこうべ oo-op/ハト麦入りブレンド茶 340g・スチール	中北薬品 活命茶 190g・スチール	ブリオブレンドテイクス 宝健康茶 340g・スチール	
オーセキフーズ どくだみミックス茶 190g・スチール	生活協同組合連合会ユーゴ oopおふれんど茶 340g・スチール	長崎飲料 千醒茶 340g・スチール	ブレナス 三葉茶 340g・スチール	
オートマックスセールズ 清茶専科有機栽培緑茶入 340g・アルミ	精茶百年本舗 百年茶 190g・紙カート缶	仲善 どくだみ茶着水 190g・スチール	ヘリオス酒造 沖繩原種ウコン茶 190g・スチール	
オリオンビール オリオン茶園養 190g・スチール	セナテック 養肝茶 190g・スチール	仲善 HERBS TEAうっちゃん茶 190g・スチール	ボンズコーポレーション 十茶四葉 245g・スチール	
沖縄養生薬草本社 養うっちゃん 190g・スチール	全国大生生活協同組合連合会 香味爽快ふれんど茶 340g・スチール	長野県製菓 鶴山山えんめい茶 190g・スチール	三國フーズ アクアマリンごちや五 340g・アルミ	
沖縄発酵化学 養うっちゃん茶 190g・スチール	全国農協直販 くつろぎ五茶 245g・スチール	ナチュラルハウス すらしすらし茶 245g・スチール	三國フーズ アクアマリンうららか茶 340g・アルミ	
川鉄商事 天然市場葉茶十八茶 340g・スチール	洗心 だからゴボウ茶 245g・スチール	紫仁和園 健養十八茶 340g・スチール	三角商事 ウコン茶 うりずんの朝 190g・スチール	
ケーシービー 健人茶舗 340g・スチール	朗健 健康飲料どくだみ茶 190g・スチール	ニッパ弘産く 横浜茶理 190g・スチール	三好野本店 園山茶 340g・アルミ	
光和食品 びわの葉烏龍茶 190g・スチール	朗健社 黒米入り五穀茶 340g・スチール	日本ウコン産業 香職食茶 190g・スチール	名瑞産業 多彩烏龍茶 340g・スチール	
小樽舞い本部 食彩茶 340g・スチール	森田町 茶産山の健康茶 190g・スチール	日本ウコン産業 香ウコン茶 190g・スチール	茂不薬品商會 烏龍活命茶 190g・スチール	
コスモフーズ 世界の名茶物語 340g・アルミ	ダイオー ダイオーの爽容姿茶 麗姿 190g・スチール	日本漢方研究所 龍皇どくだみ茶 190g・スチール	モルト ウーロンはこ茶 245g・スチール	
相模ハム 減肥茶 190g・スチール	タイガー 養生茶 340g・スチール	日本健康堂 ウコン茶 うりずんの朝 190g・スチール	薬膳 薬膳五加茶 190g・スチール	
三華食品工業 Slim tea 245g・スチール	大日本明治製糖 ギムネマ茶 190g・スチール	日本健康堂 うりずんの朝 彩葉ウコン茶 190g・スチール	ヤクハン製菓 振魂五加茶 190g・スチール	

(出所) <http://www.fin.ne.jp/~t349/canjoho/blend/index.htm>

4. 海外市場の開拓とこれからの製品開発戦略—まとめにかえて—

これまで考察してきたように、茶関連のドリンク市場の伸びや関連製品の多様化という「追い風」に対して、国産リーフの伸び悩みという状況が続いており、なおかつドリンクや関連製品の伸びがリーフの拡大にダイレクトにつながらないという構造があった。ドリンクや関連製品も、素材はリーフにあり、にもかかわらずリーフが伸び悩むということは、

ドリンクに関しては、国産リーフの使用はコスト的に採算が合わず、全く使われていないわけではないが、多くの場合、輸入リーフの利用が中心になっていると判断できる。国産リーフが使われているとしても、その生産量の大幅な拡大につながるような量ではない。同様の傾向が、ドリンク以外の関連製品においても伺える。さらに、消費者の志向は、利便性や簡便性ということから、緑茶の消費はドリンクへとシフトしており、今後もそうした傾向は続くことが予想される。緑茶系ドリンクの資料においても確認したように、200種類以上の缶ドリンクが市場に出回っており、今回はペットボトルを視野に入れていないが、ペットボトルを視野に入れると、一層ドリンク系へのシフトが促進されていると予想できる。これまでは、「旨み」や「味わい」を好み、伝統的に煎茶を中心に急須と茶碗でいわゆる「お茶」を消費してきた日本の消費者と市場であったわけであるが、そうした側面が各種のドリンクへと変り、「ドリンク市場」「ドリンク文化」へと大きく変容してきている。緑茶自身の消費拡大は進んでいるものの、「嗜好飲料」としてのリーフを主とする緑茶の消費と需要が低迷するという独特の構造が進行している。

懸念されるのは、緑茶の消費がドリンク系を中心としたものによって変わっていき、そうした傾向がより一層進むことは、長期的に見ると、リーフの主役が輸入ものに代わってってしまうという点である。茶産業を根底で支えているのは、原材料であるリーフであり、そのリーフの主役が国産から輸入へと代わっていくという状況は、やはり茶産業の決定的なダメージへとつながる。ドリンク市場や関連製品市場は、より大きな広がりを見せており、そうしたなかでの製品開発や消費拡大に向けての戦略が必要であるが、リーフに関しては、これまで述べてきたような構造を踏まえての戦略が必要とされる。

そうしたなかでは、まず第一に、ドリンク系市場や消費性向とは徹底的に差別化を図り、「旨み」「味わい」をPRしながらの、伝統的な「嗜好飲料」としての緑茶の消費拡大を考えていくという戦略が重要である。

リーフ拡大のより大きなてこ入れ策としては、海外への輸出戦略であると考えられる。現状では、輸出戦略は低迷している。しかし、世界的に見ると、健康指向があり、緑茶もドイツやアメリカに輸出されている。問題は、輸出量が極めて微量であることと、単価が著しく高いという点のクリアである。より具体的な海外事情の調査・分析が必要であるが、国産リーフの特に高級リーフを海外に輸出していくという方向がもっともリーフの量産につながる戦略であり、ドイツ、アメリカなどの消費動向、特性を意識しながらの輸出振興が必要となる。単価高に対しての国内リーフのコストダウンは図らなければならないが、世界市場に向けては価格競争力ではなく、品質の良さと健康性を主にしての海外マーケティングや販路拡大努力が重要である。

国内のリーフ拡大・消費拡大に向けては、ドリンク系とは完全に差別化を図り、高級志向を前面に打ち出しての販売戦略が必要とされる。特に、さまざまな品種の多品種化を充実させ、専門店による専門販売と顧客ニーズに合わせての注文販売を中心に高級志向と消費者の好みを充実させていくような戦略が求められよう。東京青山には、若い女性達に人気の日本茶専門店（「茶通人」）がある。充実した品揃えで、リーフをしっかりと紹介し、50gという飲みきりサイズで核家族化・個食化している現在のライフサイクルに見合った提案をしている²⁷⁾。そうしたリーフの専門販売が重要である。

量産へつながるということでは、ティーバックや粉茶・粉末茶が注目される。ティーバック

クや粉茶・粉末茶がどれほど国産リーフを使用しているかどうかは筆者には未だ定かでないが、そうした製品への国産リーフの応用を拡大し、「旨み」「味わい」を追求することで、高級リーフ並みの味わいを持つ製品を開発していくことはこれからの戦略として注目される。ティーバックや粉茶・粉末茶は、ドリンクの持つ簡便性・利便性を持ち合わせており、水出し製品も出回っている。純粋なリーフに並ぶリーフ関連の製品として主力になっていくような予想を個人的には持っている。今後、国産リーフの生産拡大と直結し、リーフの持つ良さを持ち合わせること、リーフに変わる主力製品となるのではなかろうか。その辺、リーフとのすみわけをうまく考えていく必要がある。リーフは高級、量産・量販は、リーフとティーバック・粉茶・粉末茶を2つ並行して主力製品としていくといった戦略が考えられる。

さらに、茶系ドリンク系において、緑茶ドリンクの伸びはもちろんであるが、ブレンド系のドリンクが健康志向により注目された。この点、リーフにおいても十分参入できる余地がある。健康志向にも現在では、簡便性が求められるが、ただ飲料として飲むことよりは手間をかけてよい製品群でもあろう。この点、リーフのブレンドによる製品戦略は有効となる。どんな効能とブレンドに着眼していくかが戦略の要となるであろう。

最後に、ドリンクとは別に緑茶関連製品や海外での消費といった点であるが、今回詳しい海外事情を考察することができなかったが、例えば、アメリカにおいては（図表-11）、「米国でも緑茶の人气が高まってきており、清涼飲料、アイスクリームといった分野だけではなく、お茶専門店における取り扱いの増加のほか、緑茶成分入りの化粧品なども登場してきている」²⁸⁾といった動向が報告されている。嗜好品としてリーフを飲む習慣が根付くまでには相当の時間がかかるであろうし、おそらくそうした可能性はゼロに近い。コーヒーや紅茶が主力である。しかし、健康志向の高級リーフとしての市場拡大と戦略は可能性はある。また、効能を活かしての関連製品はかなり開発され、市場にも出回っている。関連製品としてあくまで個人的な展望であるが、美肌・美顔効果を狙った製品開発が注目されるように思われる。もちろんほかにも個人的に注目できる製品開発の動向や既に商品化されている動向についてはリサーチや分析を続けているものであるが、あえて1つに絞り込むと、美肌や美顔効果を狙った緑茶成分の応用が注目される。健康関連製品などでは、消費者としては女性が好んで購買しており、そのなかでも美顔・美肌を意識するパーセンテージはトップである。サプリメントなどでも、各種のビタミン剤などが販売されているが、その目的は常に美肌・美顔がトップである。この意味では、化粧品メーカーの動向など注目できるし、そうしたなかでの緑茶成分を用いた製品開発などが興味深い。ガンの抑制効果にも注目されているが、アメリカなどでは、皮膚癌が多く、そうしたことへの応用ということでも緑茶成分を活用しての研究がはじめられている。今後そうした方向での製品開発など、緑茶成分の応用ということでは、研究分析を継続していきたい次第である。

図表-11 アメリカの緑茶関連情報

<p><消費動向：アイスクリームが注目> 米国でも数年前から緑茶（グリーンティー）の人気の高まってきている。米国で販売されている茶系飲料のトップブランド「アリゾナ・アイスティ」では甘味料の入ったグリーンティーを製造・販売しているが、最近では、同社製品以外にもグリーンティー成分が入った食品を見かける機会が多くなってきた。例えば、アイスクリームでもグリーンティー・フレーバーが定着しつつあり、今年に入ってから、ニューヨーク国連本部のカフェテリアにもグリーンティー・アイスクリームが登場している。</p>
<p><ブレンドされるグリーンティー> また、米国では緑茶は清涼飲料、アイスクリームといった分野だけではなく、紅茶や中国茶と同様にいわゆる飲む「お茶」としても人気が高まりつつある。ニューヨーク、マンハッタンのお茶専門店「T サロン T エンポリウム (T Salon T Emporium)」のオーナーであるミリアム・ノヴェイル (Miriam Novale) 氏は「当店では 480 種類のお茶を販売しているが、そのうちグリーンティーは 60~75 種類で、昨年よりも 25 パーセント品揃えを増やしている」と語っている。また、同店のような専門店でなくとも、ビタミン、ハーブなどを扱う健康食品店やスーパーマーケットでは、ジンジャー（生薑）、レモングラス、ジャスミン、ミントなどの香りを付けたグリーンティーも取り扱われている。</p>
<p><化粧品・香水：トップブランド「ジバンシーのフェイスクリーム」> さらに、米国におけるグリーンティー・ブームは食品にとどまらない。緑茶成分入りの化粧品、ボディーローション、ボディークレンザー、シャンプーのほか、有名化粧品会社による緑茶成分入りの香水まで登場してきている。大手有名化粧品会社ジバンシーでは、緑茶成分のはいったフェイス・クリーム「ファーム・プロフィール (Firm Profile)」(1.7 オンス入り 55 ドル) を発売している。また、幾つかの健康食品メーカーでは、緑茶成分を抽出した錠剤を販売。</p>

(出所) 農林省「海外農業事情」(新着情報),

<http://www.maff.go.jp/soshiki/kokusai/kikaku/main.htm>を参照して筆者作成。

注)

- 1) 例えば、アメリカの場合、米国農務省 (US Department of Agriculture, USDA)、FAS (Foreign Agricultural Service)、International trade administration (US, Department of Commerce) など、Teaに関する輸出入データを公開しており、「Tea」は「Black Tea」と「Green Tea」に区分される。「Green Tea」も、Small Size & Bulk (バラ)、Packages under 3kg、Flavored、NOT Flavored、といったようにさらに細かく分類される。なお、世界における緑茶の各種データ収集において、日本茶輸出組合の谷本宏太郎氏より、貴重なデータの提供やアドバイスを頂いた。ここに謝意を表すものである。
- 2) 1998年の数字 (出所のソースデータ) が、1桁ミスがあることが予想されるため、97年ベースで試算した。
- 3) 平成11年度「農業観測」は、<http://www.kantei.go.jp/jp/kanpo-shiryo/990901/siry0901.htm#mokuji1>より入手した情報を参照している。また、「平成12年産穀物及び特産物の需給等の見通し」は、<http://www.synapse.ne.jp/maffkagosima/ugoki/kokumotutokusanbutu.html>より入手した情報を参照している。
- 4) <http://www.wbs.ne.jp/bt/chacha/qaryutu.htm#Q61>を参照している。
- 5) 「平成12年産穀物及び特産物の需給等の見通し」ならびに平成11年度「農業観測」は、前掲。「平成茶考」(南日本新聞 平成11年3月16日掲載：南日本新聞・静岡新聞 合同企画については、<http://www.minaminippon.co.jp/kikaku/cha/cha10-1.htm>より、(株)静岡県茶業会議所(お茶の流通・販売)については、<http://www.wbs.ne.jp/bt/chacha/qaryutu.htm#Q61>より、そして、静岡県茶業試験場については、<http://www.pref.shizuoka.jp/nousei/nrs-47/Untitled/untitled.html>より、それぞれ抜粋している。
- 6) 「平成茶考」(平成11年3月16日付け)、「前掲」。
- 7) 同上。

- 8) 同上。
- 9) 農林省「お茶どころ浙江省の新茶事情」
<http://www.maff.go.jp/soshiki/keizai/kokusai/kikaku/20000705beijing02a.htm> より入手した情報を参照している。以下、断りのない限り同資料に負っている。
- 10) 「平成茶考」南日本新聞 平成11年3月20日付け「海外と競う／4・ベトナムの試み(上)」
(<http://www.minaminippon.co.jp/kikaku/cha/cha10-4.htm>) を参照している。以下、断りのない限り同記事に負っている。
- 11) 「平成茶考」南日本新聞 平成11年3月21日「海外と競う／5・ベトナムの試み(下)」
(<http://www.minaminippon.co.jp/kikaku/cha/cha10-5.htm>) を参照している。以下、断りのない限り同記事に負っている。
- 12) 農林省「茶の生産輸出の動向」(970718)
<http://www.maff.go.jp/soshiki/keizai/kokusai/kikaku/1997/19970718vietnum05a.htm>を参照している。以下断りのない限り、同資料に負っている。
- 13) 「平成茶考」南日本新聞 平成11年3月21日、「前掲」。
- 14) 農林省「茶の生産輸出の動向」(前掲)では、次のような見通しを報告している。「茶の加工産業は近代化する必要がある。加工設備の約30%は昨年グレードアップされた。日本、台湾、インドからの輸入設備によってである。今年はさらに40%が近代化され、全体の70%がグレードアップされることになるだろう。生産したものをすべて適正価格で買ってもらえるということで、辺鄙な土地での生産が促進されている。遠隔地での茶の生産促進計画は、北部山岳地帯のハザン(Ha Giang)、チュエンクワン(Tuyen Quang) 両省のために設けられた。このような計画により、少数民族のための飢餓根絶・貧困軽減キャンペーンが強化されるだろう。これらの地域では、茶がアヘン栽培に取って代わることになる。ハザン省に茶の協同農場を20カ所設立するために、政府は150億ドン(約150万米ドル)を割り当てた。この協同農場は、生産・売買業の働きをすることになる。協同農場の近代技術により、輸出向けの高品質製品が作られるだろう」。対象の中心は、紅茶であることが予想されるが、緑茶の振興策も時間はかかりそうであるが、そうした方向で強化される可能性が考えられる。
- 15) 農林省「ベトナムの茶の生産量、2,300トンに急増」(970718)<http://www.maff.go.jp/soshiki/keizai/kokusai/kikaku/1997/19970718vietnum05b.htm>を参照している。以下、断りのない限り同資料に負っている。
- 16) ラムドン製茶会社では、生産量増加のために、いくつかの段階を経て管理を行っている。たとえば茶のプランテーション拡張、加工施設の改善などである。先進的な茶生産ラインも導入され、茶の品質と風味の改善に役立っている。また、具体的なベトナムにおける振興策に関しては、次のような動向が報告されている(同上)。
「多くの経済部門と同様茶産業も、遠隔地に投資する企業および農家世帯に支給される奨励金によって、原料供給源の近くに加工施設を建設するよう促されている。ラムドン省は現在、6つの地区全体で合計1万7,900ヘクタールの茶畑を有しているが(最も多いのはバオラム(Baolam)地区)、13.5%以外はすべて民間による経営である。収穫についても綿密に検討され、以前と比べて損失は約30%少なくなっている。茶生産農家の間では資金を融通しあって茶畑の改良を進め、苗購入や価格維持策のための

基金を設けている。茶の品種の20%をもっと消費者に人気のある品種に徐々にでも代えていくために、合併事業の資金も求められている。だがこの再構築の期間中、国内市場は無視された。国営企業のほとんどが輸出ばかりに力を入れ、何千トンもの茶を抱え込んでいたからである」。

- 17) 川雄介編著『茶のすべて』図書印刷、1997、p338を参照されたい。
- 18) 今後、より詳しい調査や分析が必要である。
- 19) カワサキ機工株式会社「総合製品カタログ」より。製茶ラインを無駄無く管理する集中制御、マイクロ波水分計測、熱量を管理するフィードバック制御など、各機械の制御盤と集中制御盤が双方向通信でネット化され、高度なFA化が達成される。ただし、生産農家や工場におけるそうしたFAの装備率に関しては、調査が必要。
- 20) 川雄介編著『前掲書』、p355。茶の生産量が静岡に次いで多い鹿児島では、労働費は23.0%である。主力産地を比較すると静岡、鹿児島、三重、京都の順に、労働費の占める割合は、38.5%、23.0%、38.6%、58.6%となり、鹿児島以外は、構成割合が労働費で最も高い。また、肥料費については、静岡、鹿児島、三重、京都の順に、21.2%、27.7%、17.3%、12.8%であり、鹿児島が生産費に占める割合において「肥料費」がもっとも高く、その他は、どこも「労働費」について「肥料費」の構成割合が2番目に高くなっている。
- 21) 「平成茶考」平成11年3月21日付け、「前掲」。
- 22) <http://www.kanbou.maff.go.jp/www/chousa/kansoku/000511kk/tea/tea.htm> より。
- 23) 同リポートp4。なお、こうした緑茶ブームとリーフとの関係について、その原因をリーフの流通チャネルと緑茶関連製品の流通チャネルが異なる点に求められている。緑茶関連製品はリーフの流通チャネルとは別の新しいチャネルが利用され、緑茶関連製品の増加や売れ行きとリーフの流通チャネルとの間にはほとんど関係がないことが指摘されている。
- 24) <http://www.yomiuri.co.jp/osaka/catalog/cat0217.htm> より。
- 25) 缶ドリンクに関わるさまざまな情報を集め公開しているHPを参照している。あくまで筆者自身の判断であるが、毎月缶ドリンクの新製品発売に関わる情報を収集しており、それを累積してのデータベース的な役割を持たせるようなHPである。(有)エフ・アイ・エヌが提供している。<http://www.fin.ne.jp/~t349/canjoho/index.htm>を参照されたい。
- 26) この214という数字は、メーカー1社から数種類の製品が提供されているため、それをも別種類の製品としてカウントしている。こうしたことはその他のカテゴリーの中の数字にも当てはまる。また、実際には、この数字より多くの種類の製品が投入されていることが予想される。というのも、ノンブランドのプライベート商品が多く、なかなか正確な実態はつかみにくい。
- 27) 吉村紙業(株)「茶時記」平成12年秋冬(44号) p7。
- 28) 海外農業事情 新着情報 <http://www.maff.go.jp/soshiki/keizai/kokusai/kikaku/main.htm> より。